

HUMAN RELATIONS COSTUMER SERVICE BANK MANDIRI CABANG

A. YANI PEKANBARU DALAM MELAYANI NASABAH

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-tugas dan Memenuhi
Syarat-Syarat Guna Mencapai Gelar Sarjana pada
Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi



OLEH

ERMAWATI
10643004132

PROGRAM S.1
JURUSAN KOMUNIKASI

FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SULTAN SYARIF KASIM
PEKANBARU

2010

ABSTRAKSI

Judul : *Human Relations Costumer Service Bank Mandiri Cabang A. Yani Pekanbaru dalam Melayani Nasabah.*

Permasalahan yang akan diteliti adalah untuk mengetahui bagaimana *human relations costumer service* Bank Mandiri dalam melayani nasabah dan apa factor yang mempengaruhi *human relations costumer service* Bank Mandiri cabang A. Yani Pekanbaru dalam melayani nasabah.

Penelitian yang penulis teliti bertujuan untuk mengetahui bagaimana *human relations costumer service* Bank Mandiri cabang A. Yani Pekanbaru dalam melayani nasabah dan factor apa yang mempengaruhinya, sebagai syarat untuk memperoleh sarjana lengkap (S1) dalam jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi, dan peneiltian ini berguna untuk memberikan masukan kepada Bank Mandiri, bahwa *human relations* merupakan salah satu factor utama yang harus diterapkan dalam menjalin hubungan baik dengan para nasabah

Metode peneliti yang digunakan dalam analisa data adalah menggunakan deskriptif kualitatif yaitu menganalisa data dengan menguraikan data yang diperoleh dari hasil wawancara langsung dengan *costumer service* Bank Mandiri cabang A. Yani Pekanbaru yang berjumlah 8 orang, dari hasil observasi dan dokumentasi. Dimana metode ini menguraikan data yang telah diperoleh, kemudian menganalisanya dan dikaitkan dengan teori, sehingga akan didapatkan kesimpulan.

Setelah diadakan penelitian dengan menggunakan teknik tersebut maka penulis dapat megambil kesimpulan bahwa *human relations costumer service* Bank Mandiri Cabang A. Yani Pekanbaru dalam melayani nasabahnya cukup baik, penemuan ini sesuai ini dengan teori *human relations* bahwa *costumer service* melakukan kegiatan pelayanan yang selalu menomor satukan pelanggan dan senantiasa bersikap empathy kepada seluruh nasabahnya.

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR TABEL.....	v
ABSTRAKSI.....	vi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	3
C. Alasan Pemilihan Judul	4
D. Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	4
1. Tujuan Penelitian.....	4
2. Kegunaan Penelitian.....	4
E. Penegasan Istilah.....	5
1. <i>Human Relations</i>	5
2. Bank Mandiri.....	6
3. Pelayanan.....	6
4. Nasabah	6
5. <i>Costumer Service</i>	7
F. Tinjauan Pustaka.....	7
1. Kerangka Teoritis	7
2. Konsep Operasional.....	22
G. Metode Penelitian.....	23
H. Sistematika Penulisan.....	25

BAB II TINJAUAN UMUM PERUSAHAAN.....	27
A. Sejarah Bank Mandiri.....	27
B. Visi dan Misi Bank Mandiri.....	29
C. Direksi Bank Mandiri.....	30
D. Lima Nilai Budaya Dasar Bank Mandiri.....	30
E. Prestasi Bank Mandiri.....	31
BAB III PENYAJIAN DATA.....	38
A. <i>Human relations costumer service</i> Bank Mandiri dalam melayani nasabah	38
B. Faktor-faktor yang mempengaruhi <i>human relations costumer service</i> Bank Mandiri dalam Melayani Nasabah	46
BAB IV ANALIS DATA	59
A. <i>Human relations costumer service</i> Bank Mandiri cab. A. Yani Pekan Baru Dalam melayani nasabah.....	59
B. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi <i>Human Relations Costumer Service</i> Bank Mandiri Dalam Melayani Nasabah.....	67
BAB V PENUTUP.....	78
A. Kesimpulan.....	78
B. Saran.....	80

DAFTAR KEPUSTAKAAN

LAMPIRAN

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Bank Mandiri merupakan salah satu Bank yang berhasil menoreh sejarah menjadi Bank BUMN pertama yang berhasil masuk 10 besar Bank dengan kualitas servis terbaik pada tahun 2005 (Rahadiawan satriakusuma.wordpress.com, diakses 5/12/09). Sebagai Bank yang telah berdiri sejak tanggal 2 Oktober 1998 Bank Mandiri menjadi penerus suatu tradisi layanan jasa perbankan dan keuangan yang telah berpengalaman selama lebih dari 140 tahun. Masing-masing dari empat Bank (Bank Bumi Daya, Bank Dagang Negara, Bank Ekspor Impor Indonesia dan Bank Pembangunan Indonesia) bergabung memainkan peranan yang penting dalam pembangunan ekonomi.

Keterlibatan dari proses tersebut tidak lepas dari keberadaan sumber daya manusia dalam memberikan pelayanan kepada nasabah, bagi perusahaan adalah untuk meningkatkan produktivitas perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan harus terus meningkatkan kesejahteraan nasabah. Kesejahteraan ini tidak hanya bisa dicapai melalui kebutuhan fisik dan materi saja, melainkan dengan satu hal, yang justru sering terlupakan yaitu perhatian perusahaan dari segi psikologis nasabahnya. Dalam hal ini salah satunya adalah human relations.

Masalah human relations adalah masalah rohaniah, yaitu proses rohaniah yang menyangkut watak, sifat, perangai, kepribadian, sikap, dan tingkah laku, menuju suatu kebahagiaan atau kepuasan hati, yang prosesnya berlangsung pada dua atau tiga orang yang terlibat dalam hubungan komunikatif, yaitu komunikasi antarpersona yang karenanya sifatnya dialogis, makanya masing-masing tahu, sadar dan merasakan efeknya. Jika semuanya merasa

bahagia maka orang yang melakukan kegiatan human relations itu berhasil. Apabila tidak menimbulkan rasa puas human relations itu gagal (Effendy, 1993: 47).

Dalam hal ini, Bank Mandiri harus memperhatikan sumber daya manusia (costumer service) dalam memberikan pelayanan kepada nasabah yang merupakan aset penting bagi perusahaan, yang harus selalu dijaga demi kelangsungan dan kemajuan perusahaan. Tugas manajemen perusahaan untuk mengelola unsur manusia seefektif mungkin agar diperoleh suatu tenaga kerja yang puas dan memuaskan.

Oleh karena itu diperlukan human relations yang dapat memberikan kepuasan bagi semua orang yang berinteraksi di dalamnya. Di mana untuk memenangkan strategi persaingan dalam bisnis jasa pelayanan tersebut tidaklah cukup hanya dengan melakukan proses pelayanan dengan cepat tetapi juga bagaimana memperlakukan para pelanggan, yang dapat memperlihatkan cara kita melayani sebaik mungkin serta menumbuhkan kesan atau persepsi positif dari pihak pelanggannya (Ruslan, 2007: 79). Nasabah harus dilihat sebagai manusia yang kompleks yang interaksinya berpengaruh terhadap produksi secara keseluruhan (Effendy, 1993: 4). Sehingga nasabah akan lebih merasa dipentingkan atau diperhatikan dengan baik dan wajar.

Dalam kenyataannya human relations yang terjadi sehari-hari antara karyawan (Costumer service) dengan nasabah tidak berjalan dengan baik. Nasabah sering mengalami kekecewaan dalam melakukan proses pelayanan yang diberikan pihak Bank, hal ini disebabkan karena kurangnya komunikasi secara lisan, sebagian nasabah merasa enggan menyampaikan saran, pertanyaan maupun kritikan atas layanan yang diberikan pihak Bank. Ini disebabkan oleh sikap yang terlalu kaku dalam berkomunikasi dengan nasabah. Jika hal ini terus menerus terjadi tentu akan mengakibatkan tidak sampainya tujuan lembaga dan kurang kepercayaan nasabah terhadap lembaga tersebut. Menanggapi masalah tersebut maka penulis berminat melakukan

penelitian dalam bentuk karya ilmiah yang diberi judul **Human Relations Costumer Service Bank Mandiri Cabang A. Yani Pekanbaru dalam melayani nasabah.**

B. Rumusan Masalah

Dari latar belakang di atas maka dapat dirumuskan permasalahan penelitian yaitu sebagai berikut:

1. Bagaimana human relations costumer service Bank Mandiri Cabang A. Yani Pekanbaru dalam melayani nasabah?
2. Apa faktor yang mempengaruhi human relations costumer service Bank Mandiri Cabang A. Yani Pekanbaru dalam melayani nasabah?

C. Alasan Pemilihan Judul

Adapun alasan penulis memilih judul human relations costumer service Bank Mandiri cabang A.Yani Pekanbaru adalah:

1. Menurut penulis masalah human relations costumer service Bank Mandiri cabang A.Yani Pekanbaru ini menarik dan perlu diteliti, sebab human relations memiliki pengaruh besar dalam kemajuan perusahaan.
2. Sepanjang pengetahuan penulis di Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi judul tersebut belum pernah diteliti sebelumnya.
3. Dalam permasalahan ini penulis merasa mampu untuk mengadakan penelitian baik dari segi waktu, dana, lokasi, dan aspek-aspek pendukung lainnya.

D. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari Penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a) Untuk mengetahui human relations costumer service Bank Mandiri cabang A. yani Pekanbaru dalam melayani nasabah
- b) Untuk mengetahui faktor yang mempengaruhi human relations costumer service Bank Mandiri Cabang A. Yani Pekanbaru dalam melayani nasabah.

2. Kegunaan Penelitian

a) Kegunaan Teoritis

- 1) Penelitian ini digunakan untuk membandingkan teori human relations dan prakteknya dalam perusahaan.
- 2) Untuk mendapatkan data yang nyata mengenai kegiatan internal relations terutama kegiatan human relations.

b) Kegunaan Praktis

- 1) Untuk memberikan masukan kepada perusahaan mengenai human relations yang dilakukan costumer service Bank Mandiri cabang A.Yani Pekanbaru.
- 2) Memberikan masukan kepada perusahaan bahwa human relations merupakan salah satu sarana untuk meningkatkan citra perusahaan.
- 3) Dapat dijadikan sebagai kajian lepas untuk generasi berikutnya.

E. Penegasan Istilah

1. Human Relations

Human relations dalam arti luas adalah komunikasi persuasif yang dilakukan oleh seseorang kepada orang lain secara tatap muka dalam segala situasi dan dalam semua bidang kehidupan sehingga menimbulkan kebahagiaan dan kepuasan hati pada kedua belah pihak (Effendy, 1993: 48).

Human relations dalam arti sempit adalah komunikasi persuasif yang dilakukan oleh seseorang kepada orang lain secara tatap muka dalam situasi kerja (work situation) dan dalam organisasi keorganisasian (work organisations) dengan tujuan untuk menggugah kegairahan dan kegiatan bekerja dengan semangat kerjasama yang produktif dengan perasaan bahagia dan puas hati (Effendy, 1993: 48).

Secara sederhana istilah human relations mencakup arti hubungan manusiawi. Istilah manusiawi menunjuk pada watak sifat, pendapat, dan tingkah laku dari manusia sebagai anggota masyarakat (Djaja, 1984: 52).

2. Bank Mandiri

Bank Mandiri adalah salah satu bank terkemuka di Indonesia yang memberikan pelayanan kepada nasabah yang meliputi segmen komersial, konsumen, usaha mikro serta korporasi. Bank Mandiri juga menawarkan jasa investasi banking dan perbankan syariah melalui Mandiri Sekuritas dan Bank Syariah Mandiri (rahadiawansatriakusuma.wordpress.com, diakses 5/1/10).

Bank Mandiri merupakan hasil merger antara Bank Bumi Daya (BBD), Bank Dagang Negara (BDN), Bank Pembangunan Indonesia (Bapindo) dan Bank Ekspor Impor (Bank Eksim), yang dilaksanakan pada tahun 1999 (Kasmir, 200: 7).

3. Pelayanan

Pelayanan adalah proses membantu orang lain dengan cara-cara tertentu di mana sensitivitas dan kemampuan interpersonal dibutuhkan untuk menciptakan kepuasan dan loyalitas yang ditentukan oleh keakraban, kehangatan, penghargaan, kedermawanan, dan kejujuran yang dilakukan oleh penyedia jasa (briliant manajemen.com, diakses tanggal 29/01/10).

4. Nasabah

Adalah pihak yang menggunakan jasa bank, baik itu untuk keperluannya sendiri maupun sebagai perantara bagi keperluan pihak lain (wikipewdia.com, diakses tanggal 10/02/10).

5. Costumer Service

Pelayanan Nasabah atau Customer Service Officer menurut Buku Operasional Bank Rakyat Indonesia adalah kelompok kerja pelayanan yang merupakan himpunan dari pegawai yang profesional dibidang pelayanan dan ditujukan untuk meningkatkan kepuasan kepada nasabah, dengan cara memenuhi harapan dan kebutuhannya (allaboutmech.blogspot.com, diakses 29/03/10).

F. Tinjauan Pustaka

1. Kerangka Teoritis

a). Human Relations

Begitu banyak manusia di bumi ini, tetapi tidak ada satupun yang sama dan serupa dalam segala hal, bahkan di antara yang kembarpun, terutama dalam watak, sifat, perangai, kepribadian, sikap dan tingkah laku. Berdasarkan hal tersebut maka, bila seseorang ingin sukses dalam kehidupannya human relations adalah suatu cara untuk dapat dipergunakan (Effendy, 1993: 48).

Dalam pergaulan sehari-hari antara individu dengan individu, baik dalam lingkungan kecil, maupun lingkungan besar, human relations merupakan faktor penting. K.C. Ingram dalam Abdurachman (2001:79-80) mengemukakan: *One success en geluk zijn afhankelijk van de houding en de handelingen van andere mensen tegenover ons. Deze houding van andere mensen hangt weer van ons eigen gedrag af, (Sukses dan kebahagiaan kita tergantung dari sikap dan tindakan-tindakan orang-orang lain ini tergantung lagi dari kelakuan kita). Di mana sukses seseorang itu tergantung dengan sikapnya sendiri, sikap terhadap orang-orang dengan siapa ia bergaul atau orang-orang yang ia hadapi.* Max Schoen seorang Psikolog yang berkata, bahwa manusia kehilangan pekerjaannya lebih banyak disebabkan oleh sikap-sikap yang dianggap orang aneh daripada oleh kekurangannya. Sehubungan dengan ini Ingram menyatakan dalam Abdurachman (2001: 80), bahwa kita dapat menyatakan sikap kita di dalam pergaulan dengan bersikap ramah, dengan sepatah kata yang menyenangkan sebelum mereka melakukannya.

Sikap yang dinyatakan dengan “*Een Vrindelijkwood of gebaar*”, kata atau sikap yang ramah adalah human relations sikap yang menghargai, memperhatikan kepentingan orang lain dengan jujur merupakan kunci sukses yang dimaksud oleh Ingram (Abdurachman, 2001: 80).

Titik sentral human relations adalah manusia. Titik sentral human relations dalam organisasi keorganisasian adalah karyawan. Manusia karyawan ini harus ditinjau dari segi manusiawinya. Untuk mempraktekkan human relations ini sedikit banyak harus mempelajari tabiat manusia karyawan tadi, dan perlu mengetahui bagaimana tingkah laku mereka dalam kehidupan berkelompok (Effendy, 1993: 53).

Manusia bukan hanya memiliki kemampuan vegetative. Makan dan berkembang biak, bukan juga hanya memiliki kemampuan sensitive; bergerak, mengamati, bernafsu, dan

berperasaan, tetapi juga berkemampuan intelektual: berkemauan dan berkecerdasan. Sehingga membedakan manusia yang satu dan lainnya adalah sifat-sifat rohaniannya (Effendy, 1993: 53).

Ciri hakiki human relations bukan “human” dalam pengertian wujud manusia (human being), melainkan dalam proses rohaniah yang mengarah pada sikap, watak, perangai, kepribadian, sikap, tingkah laku, dan lain-lain aspek kejiwaan yang ada dalam diri manusia. Karena itu, terjemahan yang paling mendekati makna human relations adalah hubungan manusiawi atau hubungan secara mendalam (Effendy, 1993: 41).

a). Definisi Human Relations

Human relations dalam arti luas adalah komunikasi persuasif yang dilakukan oleh seseorang kepada orang lain secara tatap muka dalam segala situasi dan dalam semua bidang kehidupan sehingga menimbulkan kebahagiaan dan kepuasan hati pada kedua belah pihak (Effendy, 1993: 49).

Human relations dalam arti sempit adalah komunikasi persuasif yang dilakukan oleh seseorang kepada orang lain secara tatap muka dalam situasi kerja (work situation) dan dalam organisasi keorganisasian (work organizations) dengan tujuan untuk menggugah kegairahan dan kegiatan bekerja dengan semangat kerjasama yang produktif dengan perasaan bahagia dan puas hati (Effendy, 1993: 50).

Secara sederhana istilah human relations mencakup arti hubungan manusiawi. Istilah manusiawi menunjuk pada watak sifat, pendapat, dan tingkah laku dari manusia sebagai anggota masyarakat (Djaja, 1984: 5).

Memperlakukan orang lain sebagai individu, mengakui dia penting sebagai manusia, mencari sifat-sifat yang positif pada seseorang, dan mengakuinya adalah human Relations (Abdurachman, 1995: 80).

Ditinjau dari sudut pimpinan yang bertanggung jawab untuk memimpin kelompok, human relations adalah interaksi dari orang-orang ke dalam suasana kerja dengan motivasi, mereka akan bekerja bersama-sama secara produktif, koperatif dengan kepuasan baik mengenai segi-segi ekonominya maupun psikologi dan sosialnya (Abdurachman, 1993: 81).

Atau singkatnya human relations adalah pengembangan usaha kelompok karyawan secara produktif dan memuaskan (human relations is the development of productive, statisfying group effort) (Effendy, 1993: 51).

b). Fungsi Human Relations dalam Perusahaan

Peranan human relations dalam perusahaan menurut E.Doodd dalam Djaja (1984: 61), adalah seorang president/pimpinan dari America manajement associations menjelaskan, masalah nomor satu dalam manajemen adalah komunikasi, komunikasi antara manajemen dan karyawan antara berbagai tingkat. Lebih jauh Lawrence D. Brennan dalam Djaja (1984: 61) mengatakan manajemen is communications.

Bentuk-bentuk kegiatan human relations dalam perusahaan yaitu komunikasi manusiawi dan komunikasi manajemen. Di mana komunikasi manusiawi merupakan salah satu bentuk yang menitikberatkan pada usaha menyampaikan lambang-lambang tertentu pada individu. Dalam human relations yang perlu diketahui bukan bentuk-bentuk komunikasinya melainkan bagaimana komunikasi dapat dilakukan secara efektif (Djaja, 1984: 62).

Horald D. Laswell salah seorang peletak dasar ilmu komunikasi lewat ilmu politik menyebut tiga fungsi dasar yang menjadi penyebab, mengapa manusia perlu berkomunikasi:

1. Hasrat manusia untuk mengontrol lingkungannya, melalui komunikasi manusia dapat mengetahui peluang-peluang yang ada untuk dimanfaatkan, dipelihara dan menghindar pada hal-hal yang mengecam alam sekitar.

2. Upaya manusia untuk dapat beradaptasi dengan lingkungannya. Proses kelanjutan suatu masyarakat sesungguhnya tergantung bagaimana masyarakat itu bisa beradaptasi dengan lingkungannya.
3. Upaya untuk melakukan transformasi warisan sosialisasi. Suatu masyarakat yang ingin mempertahankan keberadaannya, maka anggota masyarakatnya dituntut untuk melakukan pertukaran nilai, perilaku dan peranan (Hafied, 2004:2).

Telah dikemukakan bahwa kegagalan utama dalam berkomunikasi muncul bila isi pesan tidak dipahami secara cermat, di pihak lain kegagalan-kegagalan lain muncul karena gangguan dalam hubungan insani yang berasal dari kesalahpahaman. Hal ini tumbuh dari rasa frustrasi, kemarahan atau kebingungan (kadang-kadang muncul ketiga hal tersebut sekaligus) sebagai akibat kegagalan awal dalam pemahaman. Karena kegagalan jenis ini cenderung mempertentangkan komunikator-komunikator yang terlibat, maka penanganannya menjadi sulit. Dengan mengakui bahwa awal kesalahpahaman bisa muncul dalam komunikasi sehari-hari, mungkin kita dapat lebih sabar menghadapinya dan menghindarinya, atau paling tidak meminimalkan pengaruh buruknya terhadap hubungan antar persona (Stewart, 2001:26).

Adapun ciri-ciri komunikasi sukses dilakukan adalah:

1. Pesan (message) harus dirancang dan disampaikan sedemikian rupa.
2. Pesan komunikasi harus menggunakan bahasa yang sama.
3. Pesan yang disampaikan harus meningkatkan kebutuhan pribadi komunikan dan menyarankan bagaimana memperolehnya.
4. Pesan komunikasi harus menyarankan cara untuk mendapatkan kebutuhan tadi (Djaja, 1984: 62).

Wilbur Schramm dalam karyanya “How Communications Works”, pernah mengetengahkan apa yang dinamakan the conditions of success in communications, yang secara gamblang dapat diringkas sebagai berikut:

1. Pesan harus dirancang dan disampaikan sedemikian rupa sehingga dapat menarik perhatian sasaran yang dimaksud.
2. Pesan harus menggunakan tanda-tanda yang dituju kepada pengalaman yang sama antara komunikator dan komunikan, sehingga sama dapat mengerti.
3. Pesan harus membangkitkan kebutuhan pribadi pihak komunikan, dan menyarankan beberapa cara untuk memperoleh kebutuhan itu.
4. Pesan harus menyarankan suatu cara untuk memperoleh kebutuhan tadi yang layak bagi situasi kelompok tempat komunikan berada pada saat itu ia digerakkan untuk memberikan tanggapan yang dikehendaki (Effendy, 2004: 32).

R. Wayne Pace, Brent D. Peterson, dan M. Dalls Burnett dalam bukunya, techniques for effective communications, menyatakan bahwa tujuan sentral kegiatan komunikasi terdiri dari tiga tujuan utama:

1. To secure understanding
2. To establish acceptance
3. To motivate actions

Pertama adalah to secure understanding, memastikan bahwa komunikasi mengerti pesan yang diterimanya. Andakata ia sudah mengerti dan menerima, maka penerimaannya itu harus dibina (To establish acceptance). Pada akhirnya kegiatan dimotivasikan (To motivate actions) (Effendy, 2004:32).

Bahwa manusia harus bersikap demikian sebenarnya bukanlah hal yang luar biasa sebab, secara kodratiah, selain homo sapiens – sebagai makhluk berpikir, yang membedakan dengan hewan – manusia juga merupakan homo socius, makhluk bermasyarakat. Tidak mungkin ia hidup tanpa orang lain. Dan dengan makhluk sosial ia harus berusaha menciptakan keserasian dan keselarasan dengan lingkungannya (Effendy, 2004: 141), yang dibangun dengan menggunakan komunikasi yang efektif dan manusiawi.

Edward C. Lindeman (Effendy, 2004: 140) mengatakan hubungan manusiawi adalah komunikasi antar persona (interpersonal communications) untuk membuat orang lain mengerti dan menaruh simpati. “Orang akan menaruh simpati jika dirinya dihargai. Dalam hubungan ini William James dalam Effendy (2004: 140), seorang ahli ilmu dari Harvard University, Amerika Serikat, mengatakan bahwa, tiap manusia dalam hati kecilnya ingin dihormati dan dihargai.

Human dignity (harga diri) merupakan etika dan dasar moral bagi hubungan manusiawi. Agar seseorang merasa bahwa dirinya dihargai sebagai layaknya manusia dapat ditunjukkan dengan berbagai cara bergantung pada situasi, kondisi dan tujuan dilakukannya human relations (Effendy, 2004: 140).

Bagi perusahaan, keberadaan human relations ini sangat berarti sebab human relations memiliki fungsi sebagai berikut:

1. Mencegah salah pengertian (miss understanding)
2. Mengembangkan kerjasama antara karyawan.
3. Dapat membentuk suatu kelompok kerja/group dynamic/team work yang efektif.
4. Mengarahkan individu dalam kelompok kepada satu tujuan (Djaja, 1984: 63).
5. Menghilangkan hambatan-hambatan komunikasi.
6. Mengembangkan segi konstruktif sifat tabiat manusia.

7. Menyembuhkan orang yang menderita frustrasi (Effendy, 2004: 141)
8. Untuk menyembuhkan luka-luka lama akibat salah komunikasi (misscommunications) dan salah persepsi (miss interpretations) (Effendy, 1993: 40).

Falsafah dasar dari human relations menurut Davis dalam Abdurachman (2001: 82) adalah sebagai berikut:

1. Mutual interest (kepentingan bersama)

Antara karyawan dan nasabah harus ada “mutual interest” bila hal ini tidak ada maka usaha untuk mengumpulkan orang-orang dalam satu wadah/badan dan menciptakan kerja sama tidak ada faedahnya (Abdurachman, 2001: 82).

2. Perbedaan-perbedaan pada individu

Tiap individu berbeda dengan individu lainnya dan perbedaan-perbedaan yang ada pada tiap orang merupakan hal yang penting sekali dalam kehidupan. Oleh karena itu, agar para nasabah dapat merasa puas dalam melakukan kerjasama mereka harus diperlakukan berdasarkan perbedaan-perbedaan tadi.

3. Human Dignity (Harga diri)

Davis dalam Abdurachman (2001: 84) mengemukakan, bahwa “human dignity” merupakan suatu etika dan dasar moral bagi human relations hasil penyelidikan mengenai personal want telah menunjukkan bahwa tiap manusia ingin diperlakukan dengan respect, dengan dignity (waardigheid), ingin diperlakukan sebagai human being (manusia) ini disebabkan karena manusia mempunyai harga diri.

Beberapa orang terkemuka sehubungan dengan human dignity telah menyatakan pendapat berdasarkan pengalaman-pengalamannya:

- a). John Wanamaker dalam Abdurachman (2001: 85), menyatakan, “mencela itu adalah perbuatan yang tidak bijaksana. Kritik/memaksa orang/lawan membela diri untuk membenarkan diri sendiri, kritik berbahaya sebab melukai diri orang yang dapat membangkitkan perasaan dendam hati “.
- b). Benjamin Franklin dalam Abdurachman (2001: 85), menyatakan, “Aku tidak pernah membicarakan keburukan siapapun yang kubicarakan hanya kebbaikannya”.
- c). Emerson dalam Abdurachman (2001: 85), menyatakan, setiap orang yang saya jumpai adalah orang yang lebih dari pada saya dalam sesuatu hal, dalam hal inilah saya dapat belajar dengan dia.

Dalam sebuah perusahaan salah cara terbaik agar bisnis dihormati adalah dengan membuat orang-orang didalam perusahaan tersebut dihormati. Jika seseorang dikenal sebagai ahli dari salah satu aspek bisnis maka orang akan menghormati dan akhirnya akan memberikan dukungannya serta menjadi langganan (Greener, 1995: 114).

Prinsip-prinsip dalam human relations adalah sebagai berikut:

- a. Importance of the individual (pentingnya individu).
- b. Mutual Acceptance (saling menerima).
- c. Common Interest (kepentingan bersama).
- d. Open Communications (komunikasi terbuka).
- e. Partisipasi pegawai.
- f. Local Identify (identitas setempat).
- g. Local Decisions (keputusan setempat).
- h. High Moral Standards (ukuran moral yang tinggi) (Effendy, 2004: 83-86).

Sebuah organisasi itu tak ubahnya seperti makhluk sosial yang hidupnya bergantung pada rasa saling percaya dan keintiman antara para anggotanya. Begitu juga dengan pimpinan dan bawahan (costumer service) dalam organisasi, mereka harus memiliki komitmen yang penuh terhadap kemajuan dan citra perusahaan (Ruslan, 2006: 5).

2. Pelayanan Prima (Service of Excellence)

Pengertian pelayanan prima (service of excellent) berkaitan dengan jasa layanan yang dilaksanakan oleh perusahaan dalam upaya untuk memberikan rasa kepuasan dan menumbuhkan kepercayaan pihak pelanggan (nasabah) sehingga menjadikan nasabah merasa dirinya dipentingkan atau diperhatikan dengan baik dan wajar. Hubungan dengan pelanggan adalah suatu yang penting dalam menentukan kualitas jasa (Ruslan, 2005: 276).

Menurut Elhaitammy (1990: 39) pelayanan prima (service of excellent) merupakan suatu sikap atau tata cara pihak costumer service (pelayanan pelanggan/nasabah) dapat melayani pelanggan secara memuaskan.

Dalam melakukan persuasi perlu memusatkan perhatian pada upaya mengubah atau memperkuat sikap atau kepercayaan khalayak (audience) pada upaya mengajak mereka bertindak pada cara tertentu, sikap sebagai suatu kecenderungan untuk berperilaku secara tertentu (Devito, 1997: 447).

Menurut Wyikop, sebagaimana dikutip oleh Tjipto (2000: 60), adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Artinya terdapat dua faktor utama yang dapat mempengaruhi kualitas jasa yaitu pelayanan yang diharapkan (expected service) dan pelayanan yang dirasakan (perceived service) (Ruslan, 2006: 276).

Dalam konsep pelayanan prima (service of excellent) terdapat empat unsur pokok yaitu: 1). kecepatan, 2). ketepatan, 3). keramahan, dan 4). kenyamanan. Empat unsur tersebut merupakan kesatuan pelayanan yang terintegrasi, artinya pelayanan atau jasa yang diberikan kepada pelanggan menjadi tidak excellence (unggul) apabila, jika salah satu unsurnya kurang (Effendy, 2003: 261).

Adapun sasaran dan manfaat dalam memberikan suatu pelayanan prima unggul berkaitan dengan kepentingan pelanggan adalah sebagai berikut:

Sumber : diperoleh di dalam buku Rosadi Ruslan (2006: 281).	Sasaran service of excellence	Manfaat bagi para pelanggan	Manfaat Bagi para Costumer Service	Manfaat Bagi Perusahaan
	Memuaskan pelanggan	Kebutuhan terpenuhi	Meningkatkan percaya diri	Meningkatkan kesan pelayanan profesional
	Meningkatkan loyalitas pelanggan	Merasa dihargai dan layanan baik	Kepuasan dalam bekerja	Kelangsungan usaha lebih terjamin
	Mencapai tujuan dan manfaat	Pelayanan lebih profesional	Memupuk semangat memberikan layanan terbaik	Meningkatkan ekspansi/investasi perusahaan
	Dapat menciptakan citra positif	Kepuasan bagi pelanggan	Kepuasan dalam memberikan layanan	Good corporate image

Menurut Zeithaml, Berry, dan Parasuraman dalam Ruslan (2003: 265), dari sepuluh dimensi jasa layanan yang diterangkan dalam buku a conceptual model of service quality and its implications for future research, dimensi jasa layanan tersebut dikelompokkan menjadi lima dimensi utama yang menentukan kualitas pelayanan jasa, seperti yang dikutip Philip Kotler (2000: 440).

- a. Reliability, yaitu kemampuan untuk memberikan pelayanan yang sesuai dengan janji yang ditawarkan.
- b. Responsiveness, respon atau kesigapan dalam membantu pelanggan dengan memberikan layanan cepat, tepat dan tanggap serta mampu menangani keluhan para pelanggan secara baik.

- c. Assurance, Kemampuan karyawan tentang pengetahuan dan informasi suatu produk (good product knowledge) yang ditawarkan dengan baik, keramah – tamahan, perhatian dan kesopanan dalam memberikan jaminan pelayanan yang terbaik, meliputi: competence (kompetensi), courtesy (kesopanan), credibility (kredibilitas).
- d. Emphaty, merupakan perhatian secara individual yang diberikan kepada pelanggan dan berusaha untuk memahami keinginan dan kebutuhan serta mampu menangani keluhan pelanggan secara baik dan tepat.
- e. Tangibles, kenyataan yang berhubungan dengan penampilan fisik gedung, ruang office lobby atau front office yang refresentatif, tersedia tempat parkir yang layak, kebersihan, kerapihan, aman dan kenyamanan di lingkungan perusahaan dipelihara secara baik.

Adapun faktor-faktor yang harus diperhatikan dalam memberikan pelayanan yang unggul adalah sebagai berikut:

- a. Menghargai kepentingan dan kebutuhan nasabah.
- b. Menjaga sopan santun dalam berkomunikasi, sikap tindak dan perilaku dalam hal melayani kepentingan/kebutuhan nasabah.
- c. Selalu bersikap bijaksana, dan bekerja secara profesional, cepat dan efisien, serta saling menguntungkan bagi kedua belah pihak, diandalkan dan dipercaya.
- d. Tetap menjaga rahasia pribadi pihak nasabah (Ruslan, 2006: 279-286).

Dalam menyelenggarakan layanan kepada pelanggan pihak penyedia atau pemberi layanan harus selalu berupaya untuk mengacu kepada tujuan utama pelayanan yaitu kepuasan konsumen dan kepuasan pelanggan. Hubungan langsung dengan pelanggan, dengan standar yang diperkirakan dapat menimbulkan kepuasan yang optimal bagi pelanggan (Barata, 2003: 15).

Service of excellence merupakan bagian dari costumer relations yang lebih menitikberatkan pada kesan pertama dan good relationship. Ada baiknya pihak yang menangani costumer relations tersebut mengetahui kebutuhan-kebutuhan dasar dari nasabah, adapun kebutuhan-kebutuhan dasar tersebut adalah:

- a. Nasabah adalah raja yang ingin dianggap selalu benar.
 - b. Nasabah ingin mendapat perhatian dengan sungguh-sungguh, dihormati dan diperlukan sebagai orang penting.
 - c. Nasabah ingin diperhatikan secara istimewa dan khusus.
 - d. Nasabah itu selalu harus ada perhatian dan penghargaan yang tulus.
 - e. Nasabah selalu berupaya untuk mencari hal yang enak dan menyenangkan hatinya.
 - f. Nasabah berhak akan informasi yang jujur dan benar.
 - g. Nasabah ingin pendapat atau suaranya didengar atau diperhatikan dengan sungguh-sungguh.
 - h. Nasabah lebih tertarik pada masalahnya dari pada apapun yang terjadi di atas dunia ini
- (Ruslan, 2006: 290).

Pada prinsipnya ada tiga kunci memberikan jasa layanan pelanggan unggul, pertama kemampuan memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan. Kedua, pengembangan database yang lebih akurat daripada pesaing (mencakup data kebutuhan dan keinginan setiap segmen pelanggan dan perubahan kondisi pesaing). Ketiga, pemanfaatan informasi-informasi yang diperoleh dari pasar dalam suatu kerangka strategi yang diwujudkan dalam pengembangan relationship (Tjiptono, 1997: 128).

Salah satu strategi untuk membentuk keuntungan kompetitif, perusahaan harus membangun dan memelihara kesetiaan nasabah/konsumen. Hal tersebut meminta sebuah bisnis

untuk lebih jauh menempatkan kembali seorang konsumen daripada menahannya. Tiga keyakinan utama yang membentuk dasar dari diskusi kesetiaan tersebut:

- a. Pelayanan konsumen/nasabah yang unggul (excellence) merupakan kepuasan pelanggan.
- b. Kepuasan konsumen/nasabah menjadi kesetiaan konsumen/nasabah.
- c. Perusahaan mempunyai potensi yang besar untuk memberikan pelayanan yang unggul.

Patrick Daily yang mengatur program hubungan konsumen/nasabah bagi sebuah perusahaan di Kota Redwood, California, menyarankan cara-cara sebagai berikut untuk membangun pelayanan luar biasa:

- a. Menyebutkan nama, tidak ada yang lebih diterima konsumen/nasabah dari pada perhatian perorangan yang diberikan menurut keinginannya.
- b. Perhatian kepada kebiasaan konsumen/nasabah.
- c. Selalu berhubungan.
- d. Penelitian kesalahan yang bodoh (Justin, 2001: 13).

Adapun tujuan dari pelayanan prima adalah sebagai berikut:

- a. Dapat memberi rasa puas dan kepercayaan kepada konsumennya.
- b. Tetap menjaga agar konsumen merasa diperhatikan dan dipentingkan segala kebutuhan dan keinginannya.
- c. Upaya mempertahankan konsumen agar tetap loyal untuk menggunakan produk barang/jasa yang ditawarkan tersebut (Ruslan, 2006: 288).

2. Konsep Operasional

Konsep operasional menjelaskan tentang variabel yang akan dijadikan tolak ukur penelitian di lapangan yang disesuaikan dengan rumusan masalah. Berdasarkan masalah yang

diangkat oleh peneliti yaitu human relations costumer service dan teller Bank Mandiri cabang A.Yani pekanbaru dalam melayani nasabah.

Human relations costumer service Bank Mandiri cabang A.Yani Pekanbaru dalam melayani nasabah adalah suatu aktivitas yang dilakukan oleh karyawan dalam situasi kerja yakni memberikan pelayanan kepada nasabah dengan tujuan untuk menggugah kegairahan dan kegiatan bekerja dengan semangat kerjasama yang produktif sehingga menimbulkan perasaan bahagia dan puas hati antara karyawan dengan nasabah. Dari pengertian di atas, dapat ditarik indicator sebagai berikut:

1. Costumer service memberikan pelayanan yang dilakukan dengan sikap ramah, murah senyum, dan dengan tutur kata yang lembut dan jelas sehingga menimbulkan puas hati nasabah.
2. Adanya komunikasi yang dapat menimbulkan empati dan simpati yang dilakukan costumer service kepada nasabah.
3. Costumer service mampu memberikan pelayanan secara cepat, tepat dan efisien.
4. Costumer focus Adanya perhatian terhadap watak, sikap, perangai, tingkah laku atau aspek kejiwaan yang dilakukan costumer service kepada nasabah.
5. Pada saat melayani nasabah costumer service memberikan motivasi kepada nasabah.
6. Pelayanan yang diberikan costumer service kepada nasabah dilakukan secara adil dan tidak pilih kasih
7. Costumer service memiliki kemampuan dalam memberikan informasi kepada nasabah.
8. Costumer service mampu membangun keyakinan saling menghargai dan memperhatikan kepentingan nasabah, yaitu memberikan pelayanan yang diselenggarakan dengan jujur, tulus dan terbuka.

9. Adanya suatu tindakan yang memperhitungkan perasaan nasabah, mengakui dan memperhatikan kepentingannya.

G. Metode Penelitian

1. Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif, penelitian yang bertujuan untuk mempertahankan bentuk dan isi perilaku manusia dan menganalisis kualitas-kualitasnya (Mulyana, 2004: 150).

2. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian dilakukan di Bank Mandiri Cabang A.Yani Pekanbaru. Adapun waktu penelitian membutuhkan waktu 5 bulan mulai tanggal 1 Januari s/d 30 Mei 2010.

3. Subjek dan Objek Penelitian

Yang menjadi subjek dalam penelitian ini adalah semua costumer service Bank Mandiri cabang A.Yani Pekanbaru. dan yang menjadi objeknya adalah human relations karyawan Bank Mandiri Cabang A.Yani Pekanbaru dalam melayani nasabah.

4. Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah semua costumer service yang berjumlah 8 orang dan sampel yang diambil adalah sebanyak jumlah populasi, yaitu 8 orang.

5. Teknik Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data yang diperlukan dalam penelitian ini maka peneliti menggunakan teknik sebagai berikut:

- a. Wawancara mendalam

Wawancara dilakukan dengan mengadakan pertanyaan dengan menggunakan pedoman wawancara kepada karyawan, pimpinan perusahaan, di mana peneliti dan karyawan terlibat dalam kehidupan sosial lebih dalam, guna mendapatkan data untuk penelitian ini.

b. Observasi

Penulis melakukan pengamatan secara langsung ke lapangan untuk mengetahui tentang human relations costumer service Bank Mandiri Cabang A.Yani Pekanbaru dalam melayani nasabah.

c. Dokumentasi

Dilakukan dengan mengambil data-data penelitian atau data yang diperoleh dari berbagai literatur dan instansi yang terkait dengan penelitian ini.

6. Teknik Analisis Data

Dalam menganalisis data penulis menggunakan pendekatan kualitatif, dengan menggunakan jenis analisis deskriptif. Di mana peneliti menggambarkan fenomena-fenomena yang ada di lapangan, menginterpretasikan, yang kemudian akan melahirkan asumsi-asumsi yang digunakan untuk mengukuhkan data yang didukung dengan teori-teori kemudian dari data tersebut akan diperoleh sebuah kesimpulan.

H. Sistematika Penulisan

BAB I : PENDAHULUAN

Dalam bab ini berisikan tentang latar belakang, rumusan masalah, alasan pemilihan judul, penegasan istilah, tinjauan pustaka yang terdiri dari kerangka teoritis dan konsep operasional, metode penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II : GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

Bagian ini terdiri dari sejarah berdirinya Bank Mandiri Cabang A. Yani Pekanbaru, visi dan misi perusahaan dan direksi-direksi Bank Mandiri.

BAB III : PENYAJIAN DATA

Bagian ini akan menyajikan data-data yang telah diperoleh dari hasil wawancara, dokumentasi dan hasil observasi di lapangan.

BAB IV : ANALISIS DATA

Dalam bab ini data yang telah diperoleh akan dipadukan dengan teori-teori yang dikemukakan dalam rangka teoritis dan konsep operasional.

BAB V : PENUTUP

Bagian ini terdiri dari kesimpulan dan saran.

BAB II

TINJAUAN UMUM BANK MANDIRI CABANG A. YANI PEKANBARU

A. Sejarah Bank Mandiri

Bank Mandiri berdiri pada tanggal 2 Oktober 1998 sebagai bagian dari program restrukturisasi perbankan yang dilaksanakan oleh Pemerintah Indonesia. Pada bulan Juli 1999, empat Bank milik pemerintah yaitu, Bank Bumi Daya, Bank Dagang Negara, Bank Ekspor Impor Indonesia dan Bank Pembangunan Indonesia, dilebur menjadi Bank Mandiri. Masing-masing dari keempat legacy Bank memainkan peran yang tak terpisahkan dalam pembangunan perekonomian Indonesia. Sampai dengan hari ini, Bank Mandiri meneruskan tradisi selama lebih dari 140 tahun memberikan kontribusi dalam dunia perbankan dan perekonomian Indonesia. (Internet, [www. Bank Mandiri.co.id](http://www.BankMandiri.co.id) diakses 17 Mei 2010).

Segera setelah merger, Bank Mandiri melaksanakan proses konsolidasi secara menyeluruh. Pada saat itu, Bank Mandiri menutup 194 kantor cabang yang saling berdekatan dan mengurangi jumlah karyawan, dari jumlah gabungan 26.600 menjadi 17.620. Brand Bank Mandiri diimplementasikan secara sekaligus ke semua jaringan Bank Mandiri dan pada seluruh kegiatan periklanan dan promosi lainnya. (Internet, [www. Bank Mandiri.co.id](http://www.BankMandiri.co.id) diakses 17 Mei 2010).

Satu dari sekian banyak keberhasilan Bank Mandiri yang paling signifikan adalah keberhasilan dalam menyelesaikan implementasi sistem teknologi baru. Sebelumnya Bank Mandiri mewarisi 9 core banking system yang berbeda dari

keempat Bank. Setelah melakukan investasi awal untuk segera mengkonsolidasikan kedalam system yang terbaik, Bank Mandiri melaksanakan sebuah program tiga tahun, dengan nilai US\$200 juta, untuk mengganti core banking system Bank Mandiri menjadi satu system yang mempunyai kemampuan untuk mendukung kegiatan consumer banking Bank Mandiri yang sangat agresif. Hari ini, infrastruktur IT Bank Mandiri memberikan layanan straight-through processing dan interface tunggal pada seluruh nasabah. (Internet, [www. Bank Mandiri.co.id](http://www.BankMandiri.co.id) diakses 17 Mei 2010).

Nasabah korporat Bank Mandiri sampai dengan saat ini masih mewakili kekuatan utama perekonomian Indonesia. Menurut sektor usahanya, portfolio kredit korporasi terdiversifikasi dengan baik, dan secara khusus sangat aktif dalam sector manufaktur Food & Beverage, agrobisnis, konstruksi, kimia dan tekstil. Persetujuan dan monitoring kredit dikendalikan dengan proses persetujuan four eyes yang terstruktur, dimana keputusan kredit dipisahkan dari kegiatan marketing dari unit Bisnis Bank Mandiri. (Internet, [www. Bank Mandiri.co.id](http://www.BankMandiri.co.id) diakses 17 Mei 2010).

Sejak berdirinya, Bank Mandiri telah bekerja keras untuk menciptakan tim manajemen yang kuat dan professional yang bekerja berlandaskan pada prinsip-prinsip good corporate governance yang telah diakui secara internasional. Bank Mandiri disupervisi oleh Dewan Komisaris yang ditunjuk oleh Menteri Negara BUMN yang dipilih berdasarkan anggota komunitas keuangan yang terpandang. Manajemen eksekutif tertinggi adalah Dewan Direksi yang dipimpin oleh Direktur Utama. Dewan Direksi Bank Mandiri terdiri dari banker dari legacy bank dan juga

dari luar yang independen dan sangat kompeten. Bank Mandiri juga mempunyai fungsi offices of compliance, audit dan corporate secretary, dan juga menjadi obyek pemeriksaan rutin dari auditor eksternal yang dilakukan oleh Bank Indonesia, BPKP dan BPK serta auditor internasional. Asia Money magazine memberikan penghargaan atas komitmen Bank Mandiri atas penerapan GCG dengan memberikan Corporate Governance Award untuk katagori Best Overall for Corporate Governance in Indonesia dan Best for Disclosure and transparency. (Internet, www.bankmandiri.co.id diakses, 17 Mei 2010).

B. Visi dan Misi Bank Mandiri

Bank mandiri telah merencanakan visi untuk menjadi “Bank terpercaya pilihan masyarakat”. Dalam mencapai visi itu telah ditetapkan pula misi yang harus di jalankan oleh Bank Mandiri, yaitu:

1. Berorientasi pada pemenuhan kebutuhan pasar
2. Mengembangkan sumberdaya manusia professional
3. Memberi keuntungan yang maksimal bagi stakeholder
4. Melaksanakan manajemen terbuka
5. Peduli terhadap kepentingan masyarakat dan lingkungan

Mewujudkan misi Bank terpercaya pilihan masyarakat dan misi sebagaimana tersebut di atas merupakan suatu perjalanan panjang yang harus di tempuh dalam suatu koridor dan pedoman yang disepakati bersama dalam organisasi Bank Mandiri.

Nilai suatu tatanan dan kerangka acuan yang akan menyamakan gerak dan langkah Bank Mandiri sehingga seluruh jajaran organisasi (Buku Panduan Bank Mandiri).

C. Direksi Bank Mandiri

Direktur Utama Agus Martowardojo, Wakil Direktur Utama I Wayan Agus Mertayasa, Direktur Commercial & Business Banking Zulkifli Zaini, Direktur Technology & Operation Sasmita, Direktur Institutional Banking Abdul Rachman Direktur Risk Management Sentot A. Sentausa, Direktur Legal & Business Services Bambang Setiawan, Direktur Corporate Banking Riswinandi Direktur Treasury, FI, & Special Asset Management Thomas Arifin, Direktur Micro & Retail Banking Budi G. Sadikin, Direktur Compliance & Human Capital Ogi Prastomiyono. (Internet, [www. Bank Mandiri.co.id](http://www.BankMandiri.co.id) diakses 17 Mei 2010).

D. Lima Nilai Budaya Dasar Bank Mandiri

Nilai-nilai adalah serangkaian prinsip yang di yakini sebagai panduan moral dalam berperilaku, bertindak dan mengambil keputusan. Nilai-nilai yang akan memandu kita dalam menentukan baik/buruk dan benar/salah suatu tindakan (Buku Panduan Bank Mandiri).

Sebagai panduan moral nilai-nilai telah di devinisikan secara jelas supaya dapat memberikan petunjuk yang nyata dalam kehidupan setiap insane Bank Mandiri secara individu maupun organisasi (Buku Panduan Bank Mandiri).

Adapun lima nilai budaya yang akan menjadi pedoman perilaku seluruh Insan Bank Mandiri. Kelima nilai tersebut ialah:

1. Kepercayaan/trust

Yaitu membangun keyakinan dan sangka baik antara stakeholder dalam hubungan yang tulus dan terbuka berdasarkan kehandalan.

2. Integritas/integrity

Setiap saat berfikir, berkata dan berperilaku terpuji, menjaga martabat serta menjunjung tinggi kode etik profesi.

3. Profesionalisme/Professionalism

Berkomitmen untuk bekerja tuntas dan akurat atas dasar kompetensi terbaik dengan penuh tanggung jawab.

4. Fokus pada pelanggan/customer focus

Senantiasa menjadikan pelanggan sebagai mitra utama yang saling menguntungkan untuk tumbuh secara berkesinambungan.

5. Kesempurnaan/Excellence

Mengembangkan dan melakukan perbaikan di segala bidang untuk mendapatkan nilai tambah optimal dan hasil yang terbaik secara terus menerus (Buku Panduan, Bank Mandiri).

E. Prestasi Bank Mandiri

Tahun	Pemberi Penghargaan	Prestasi
2007	Asia Money	Corporate Governance Award kategori Best Overall for Corporate Governance in Indonesia dan Best for Disclosure and

		Transparency The Best Executive in Indonesia 2006.
2007	ISO 9001:2000	<ul style="list-style-type: none"> • Call Center Banking • Learning Center
2007	Center For Customer Satisfaction & Loyalti	Kategori Banking Services & Priority Banking untuk Bank Domestik
2007	Asian Banker	<ul style="list-style-type: none"> • The Asian Banker Achievement Award 2006 • Best Leader in Indonesia
2007	Bisnis Indonesia	<p>Bisnis Indonesia Banking Efficiency Award 2007 (peringkat satu) untuk kategori:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Bank BUMN terefisien • Emiten Bank terefisien • Bank Terefisien
2007	MRI- Majalah InfoBank	Banking Service Excellence Award 2007 (peringkat 2)
2007	Media I-Call Center bekerjasama dengan PT Telexindo Bizmedia dengan dukungan dari ICCA (Indonesia Call Center Association) dan FTII (Federasi Teknologi Informasi Indonesia).	<p>The Best Call Center Indonesia 2007 untuk kategori :</p> <ul style="list-style-type: none"> • The Best Manager (Platinum) untuk kategori call center di atas 250 seat • The Best Communication Design Call Center (Platinum) • The Best Operational Call Center (Gold) • The Best Infrastructure Design (Gold) • The Best Team Leader/Supervisor (Silver).
2007	Majalah SWA	<p>The Best E-Corp Award 2007 untuk kategori :</p> <ul style="list-style-type: none"> • The Best IT System (peringkat 1) • The Best IT Team (peringkat 6)

2007	Majalah Finance Asia	<p>Asia's Best Companies Poll 2007 untuk kategori :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Best Managed Company (peringkat 4) • Best Corporate Governance (peringkat 6) • Best Investor Relations (peringkat 7) • Best CFO (Chief Financial Officer) a.n. Pahala N. Mansury (peringkat 2)
2007	Majalah Alpha South East Asia (Hongkong)	<ul style="list-style-type: none"> • The Best Cash Management in Indonesia • The Best Trade Finance Bank in Indonesia
2007	Majalah Business Review	<p>Anugerah Business Review 2007 untuk kategori:</p> <ul style="list-style-type: none"> • CEO terbaik (peringkat 1) • Korporasi Terbaik (peringkat 4) • Kinerja saham terbaik (peringkat 3) • Pengembangan SDM terbaik (peringkat 2) • Inovasi Bisnis & Pemasaran (peringkat 3) • Program kepedulian sosial terbaik (peringkat 4)
2007	Departemen Keuangan (Bapepam-LK dan Ditjen Pajak), Kementerian BUMN, Bank Indonesia, Bursa Efek Jakarta, Komite Nasional Kebijakan Governance dan Ikatan Akuntan Indonesia.	Annual Report Award (ARA) 2006 untuk kategori BUMN-keuangan listed.
2007	ICSA (Indonesian Customer Sarisfaction Award) 2007- Kerjasama Frontier Consulting Group dengan Majalah SWA	Deposito Bank Mandiri sebagai yang terbaik pada kategori Banking/Finance

2007	Departemen Keuangan - Dirjen Pengelolaan Utang	Agen Penjual terbaik ORI selama 2007
2007	Majalah Swa-Perbanas - Synovate	<p>Consumer Banking Excellence Award untuk kategori:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Produk tabungan dan akses deposit (saving and deposit access product) – Juara II • Reputasi bank secara keseluruhan menyangkut keamanan, popularitas, kemapanan dan gengsi (Juara III) • Kategori biaya dilihat dari bunga simpanan dan biaya transaksi (Juara III) • Terbaik dalam ATM (Juara II) • Terbaik dalam layanan (Juara II) • Terbaik dalam tabungan haji (Juara III) • Terbaik dalam hadiah undian dan program rewards (Juara III) • Terbaik dalam SMS/Mobile Banking (Juara II) • Terbaik dalam internet banking (Juara II)
2007	Asia Customer Service Association (ACSA)	Asia Pacific Customer Service Excellence Award
2007	PT Telkom Tbk	Collecting Agent Telkom terbaik dengan kategori Excellent Innovation
2007	Contact Center Assosiation of Singapore	The Best Contact Center of The Year untuk kategori di atas 100 seats
2007	The Banker Magazine	Bank Of The Year 2007 – Indonesia
2007	Globe Media Group (penerbit Investor Daily, Majalah Investor, Majalah Globe Asia, Majalah View dan portal investorindonesia.co.id)	<p>Investor Awards Tokoh Financial Indonesia 2007: Top National Banker 2007</p> <p>(atas nama Dirut Bank Mandiri, Agus Martowardojo. Pak Agus diwakilkan oleh Pak WAM)</p>

2007	Riset dan Pemeringkatan oleh Indonesian Institute for Corporate Governance Corporate Governance Perception Index 2006	Perusahaan Publik Terbaik untuk kategori Perbankan
2008	Majalah SWA (hasil survei yang dilakukan oleh Majalah SWA bekerjasama dengan Synovate dan Dunamis)	The Best CEO
2008	Majalah Warta Ekonomi	<ul style="list-style-type: none"> • The Best CEO 2007 (peringkat 2) • Perusahaan Idaman 2007 (peringkat 5)
2008	Majalah Asia Money	Best Managed Company Kategori : Overall Best Managed Company in Indonesia – Large Cap
2008	Financial Insights sebuah institusi riset independen terkemuka dunia dalam bidang finansial dan teknologi.	Financial Insights Innovations Awards 2008 dalam ajang Fintech Asia 2008 untuk kategori : Special Citation for Payments Transformation
2008	Bank Indonesia	<p>Kriya Pranala Mahakarya untuk Bank Umum dengan total aset di atas 100 Triliun kategori:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Bank dengan Jumlah BPR/S Mitra Linkage Program Terbanyak • Bank dengan Nilai Plafond Awal Linkage Program Terbesar • Bank dengan Total Baki Debet Linkage Program Terbesar • Bank dengan Cakupan Wilayah BPR/S Mitra Linkage Program Terluas
2008	Frontier- Center for Customer Satisfaction and Loyalty	Call Center Award 2008 for Excellence Service Performance untuk kategori Banking

2008	Asian Banker	Best Retail Payment Project Award (Bank Mandiri diwakili oleh Pak Suresh Gumallam GH. IT Business Solution)
2008	Indonesia Contact Center Asociations (ICCA)	Contact Center terbaik Tahun 2008
2008	Majalah Info Bank Bekerja sama dengan Marketing Research Indonesia (MRI)	The Best Bank Service Excellence 2007-2008 for Overall Performance
2008	Bisnis Indonesia	Bisnis Indonesia Banking Efficiency Award : Bank Paling Efisien untuk kategori Bank BUMN (bersama Bank BRI, Bank BNI)
2008	Majalah Investor	Investor Best Bank 2008 – Best Consumer Banking kategori Bank Umum Nasional
2008	Majalah Properti dan Bank bekerjasama dengan Kementerian Perumahan Rakyat	Indonesia Property Award 2008 kategori Bank Penyalur KPR Inovatif dan berkinerja Terbaik.
2008	Departemen Sosial RI	Padma Award dianugerahkan kepada dunia industri yang memberikan sumbangan nyata lewat undian gratis berhadiah (UGB) dan Penyelenggaraan Uang atau Barang (PUB)
2008	Majalah SWA dan Synovate Indonesia	Consumer Banking Excellence Award 2008 Untuk Kategori : <ul style="list-style-type: none"> • Kredit Tanpa Agunan (Juara I) • Kredit Kendaraan Bermotor (Juara I) • Kredit Kepemilikan Rumah (Juara III) • Kartu Kredit (Juara III)
2008	Contact Center World	Contact Center World Award 2008 (CCWA): <ul style="list-style-type: none"> • 5 Top Ranking Performer (CCWA) wilayah Asia Pacific (APAC) untuk kategori The Best Contact Center 51-249 agents

		<ul style="list-style-type: none"> • The Best Contact Center Support Professional - Human Resources - diraih I Aminarti Widiati sebagai 3 top Ranking Performance
2008	Euromoney Magazine	Euromoney 2008 Award - Best Bank in Indonesia
2008	Alpha South East Asia Magazine	<p>The Annual Best Financial Institutions in Southeast Asia Awards untuk kategori:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Best Trade Finance Bank • Best Cash & Liquidity Management Bank • Best Financial Supply Chain Bank
2008	Departemen Keuangan (Bapepam-LK dan Ditjen Pajak), Kementerian BUMN, Bank Indonesia, Bursa Efek Jakarta, Komite Nasional Kebijakan Governance dan Ikatan Akuntan Indonesia.	Annual Report Award (ARA) 2007: Peringkat II untuk kategori BUMN-keuangan listed.
2008	Majalah Finance Asia	Best Cash Management Bank in Indonesia
2008	Lafferty Group	<p>The Asia Bank Corporate Reporting Awards 2008 untuk kategori:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Best Reporting on corporate and investment banking activities (WINNER) • Best Reporting on retail banking activities <p>(Highly Recommended - bukan pemenang)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Best Annual Report- Indonesia <p>(Higly Recommended - bukan pemenang)</p>
2008	Bappenas, UNDP dan MetroTV	Millenium Development Goals Awards 2008-10-29 untuk kategori Pendidikan

2008	CEO dan Perusahaan Idaman 2008 versi Majalah Warta Ekonomi	<ul style="list-style-type: none"> • The Best CEO Idaman untuk kategori Perbankan – Dirut Bank Mandiri Agus Martowardojo • Best of The Best CEO Idaman - Dirut Bank Mandiri Agus Martowardojo • Perusahaan Idaman 2008 (urutan ke-7)
2008	The Banker Magazine	Bank of The Year 2008 – Indonesia
2008	Asia Pacific Customer Service Association	Annual Service Recognition of Excellence. <ul style="list-style-type: none"> • Asia Pacific Best Customer Service Centre • Asia Pacific Outstanding Contact Centre • Asia Pacific Best Customer Service Manager
2008	Globe Media Group / Majalah Investor	Tokoh Finansial Indonesia 2008 Kategori : Top Executive National Banker
2008	Majalah SWA bekerjasama dengan The Indonesian Institute for Corporate Governance	Peringkat Pertama Sebagai Perusahaan Terpercaya 2008 nilai 89,86 dengan predikat sangat terpercaya.

Sumber: www.Bankmandiri.co.id, diakses, 17 Mei 2010.

Bab III

PENYAJIAN DATA

Penyajian data berikut ini berdasarkan hasil penelitian penulis yang dilaksanakan di Bank Mandiri Cabang A. Yani Pekanbaru. Penelitian ini bertujuan untuk memperoleh data tentang human relations costumer service Bank Mandiri cabang A. Yani Pekanbaru dalam melayani nasabah. Teknik pengumpulan data yang Penulis gunakan adalah teknik wawancara, observasi dan dokumentasi.

A. Human Relations Costumer Service Bank Mandiri Cabang A. Yani Pekanbaru dalam Melayani Nasabah.

1. Ramah, murah senyum, dan dengan tutur kata yang lembut dan jelas

Fitri (wawancara, 12 April 2010) bahwa costumer service Bank Mandiri dalam melayani nasabahnya menerapkan standar layanan yang telah ditetapkan oleh Bank Mandiri kepada seluruh costumer service Bank Mandiri, adapun standar layanan yang dimaksud yaitu costumer service pada saat melayani nasabah yang akan melakukan transaksi baik dalam bentuk pembuatan buku tabungan, membuat kartu kredit, ganti kartu, atau konsultasi masalah keuangannya dll. Berdiri tegak, senyum, jabat tangan dan memperkenalkan diri, serta menyebutkan nama nasabah, serta mempersilahkan duduk.

Hanum (wawancara, 12 April 2010) menambahkan tahap layanan tersebut merupakan salah satu dari sikap costumer service dalam memberikan pelayanan

kepada nasabah. Demikian halnya dengan Masrida (wawancara, 16 April 2010) menambahkan macam-macam sikap yang diterapkan oleh costumer service Bank Mandiri adalah sebagai berikut:

a) Lama menunggu untuk dilayani

Costumer service berusaha maksimal memberikan pelayanan kepada nasabah, tidak membiarkan nasabah menunggu terlalu lama untuk mendapatkan pelayanan selalu menjadi focus utama setiap costumer service

b) Posisi costumer service ketika menyambut nasabah

Costumer service berdiri tegak, tersenyum, berjabat tangan, memperkenalkan diri, dan menyebutkan nama nasabah, kemudian mempersilahkan duduk.

c) Menanyakan keperluan nasabah.

Costumer service dengan bahasa yang sopan, ramah dan dengan komunikasi yang tidak kaku berusaha menggali keperluan dan keluhan-keluhan nasabahnya.

d) Kontak mata (melibatkan nasabah)

Interaksi yang dilakukan costumer service kepada nababah dilakukan dengan kontak mata yang senantiasa melibatkan nasabah. Memandang nasabah dengan pandangan yang ramah dan bersahabat senantiasa dilakukan costumer service setiap kali melakukan kontak mata dengan nasabah.

e) Reaksi costumer service ketika mendengarkan keluhan nasabah

Costumer service mendengarkan dengan seksama setiap keluhan-keluhan yang disampaikan nasabah, bersikap tulus tanpa keterpaksaan dalam memberikan setiap

solusi kepada nasabah serta turut merasakan apa yang tengah dirasakan oleh nasabahnya.

- f) Sikap costumer service ketika ada interuksi pelayanan yaitu lebih informative kepada nasabahnya.

Masrida (wawancara, 16 April 2010) ketika ada interuksi pelayanan yang harus dilakukan, misalnya costumer service harus memperbanyak salah satu data yang dibutuhkan nasabah costumer service dengan sopan memohon izin kepada nasabah untuk menunggu.

Deceria (wawancara, 20 April 2010) mengungkapkan bahwa sikap costumer service yang demikian adalah suatu sikap yang menunjukkan penghormatan costumer service kepada nasabah, demikian halnya dengan Purnamawati (wawancara, 20 April 2010) yang mengatakan sikap ramah yang disampaikan dengan tutur kata yang lembut adalah wujud penghargaan costumer service kepada nasabah.

Ratna (wawancara, 23 April 2010) bahwa nasabah akan lebih merasa bahagia dan nyaman apabila di perlakukan penuh hormat dan santun. Nazma (wawancara, 23 April 2010) menambahkan bahwa sikap-sikap dalam melayani nasabah harus benar-benar diperhatikan, karena dengan sikap yang mulia (ramah, murah, senyum dan tutur kata yang lembut) nasabah akan menaruh kepercayaan kepada Bank, sebab dirinya merasa diperlakukan dengan baik dan wajar.

2. Empaty (Merasakan apa yang dirasakan nasabah)

Fitri (wawancara, 12 April 2010) bahwa dalam melakukan pelayanan kepada nasabahnya costumer service senantiasa memberikan perhatian yang diwujudkan

dengan memperhatikan dengan seksama setiap kebutuhan-kebutuhan yang diinginkan nasabah, perhatian ini merupakan salah satu hal penting yang harus diberikan costumer service kepada nasabah. seperti yang di ungkapkan Masrida salah satu costumer service Bank Mandiri Cabang A. Yani Pekanbaru.

Dalam memberikan layanan kepada nasabah, costumer service selalu ber empathy, dimana costumer service selalu merasakan apa yang di rasakan nasabah, selain dapat di lihat dari perilaku kami, kami juga menyebutkannya dengan kata-kata, seperti misalnya 'kami dapat memahami keluhan yang bapak rasakan, untuk itu sebisa mungkin kami akan berusaha membantu dalam penyelesaian masalah tersebut'" (wawancara 16 April 2010).

Deceria (wawancara, 20 April 2010) menjelaskan bahwa empathy ini dilakukan agar nasabah merasa nyaman dengan layanan yang diberikan costumer service serta menjadikan nasabah merasa dirinya dipentingkan keberadaannya bagi Bank, dengan begitu nasabah akan menjadi loyal kepada Bank Mandiri Cabang A. Yani Pekanbaru.

Hanum (wawancara 12 April 2010) guna meningkatkan loyalitas tersebut - costumer service terus berupaya meningkatkan pelayanan di mana salah satu upaya yang dilakukan costumer service adalah dengan memberikan pelayanan yang lebih dari yang nasabah inginkan, selain itu Purnamawati (wawancara, 20 April 2010) menambahkan bahwa dalam memujudkan loyalitas pelanggan antara costumer service dan nasabah harus ada ketertarikan (more then costumer).

Nazma (wawancara, 23 April 2010) bahwa ketertarikan ini tidak akan tercipta bila costumer service tidak melakukan komunikasi yang diringi empathy, sebab dengan empathy akan dapat menimbulkan rasa simpaty.

Sri (wawancara, 27 April 2010) bahwa sikap empathy ini dapat di ungkapkan dengan bahasa yang menandakan kepedulian costumer service kepada nasabah, dan hal ini wajib dilakukan guna memberikan kenyamanan pada nasabah dalam bertransaksi dan menjadikan nasabah menjadi lebih loyal kepada Bank.

3. Pelayanan cepat, tepat, efektif dan efesien

Firti (wawancara, 20 April 2010) dalam menciptakan ketertarikan antara costumer service dengan nasabah, costumer service senantiasa memperhatikan penampilan, dimana costumer service berupaya untuk tampil rapih, bersih, sederhana dan bersahaja, bagi costumer service penampilan merupakan wujud perilaku setiap individu. Hanum (wawancara 12 April 2010) bahwa penampilan dapat menunjang kredibilitas seseorang, dengan penampilan yang rapih secara tidak langsung nasabah akan dapat menilai kualitas pelayanan yang akan diberikan costumer service

Ketertarikan ini juga dapat diwujudkan melalui standar pelayanan yang diberikan pihak Bank, mulai penampilan gedung yang menarik, menyediakan tempat yang nyaman, bersih rapi, sejuk dan menyediakan tempat duduk bagi nasabah yang mengantri serta menyediakan nomor antrian, kemudian ATM, dan Toilet (observasi 8 April 2010).

Masrida (wawancara, 16 April 2010) selain perhatian terhadap penampilannya costumer service juga memperhatikan skill yang dimilikinya, skill merupakan sesuatu yang harus terus dipupuk. Deceria (wawancara, 20 April 2010) tutur kata yang lebut, tegas, jelas dan lugas serta senantiasa memposisikan dirinya sebagai nasabah yang

diwujudkan dengan cara memberikan pengertian dan solusi sampai tuntas merupakan skill paling utama yang harus dimiliki oleh setiap costumer service Bank Mandiri Cabang A. Yani Pekanbaru.

Purnamawati costumer service Bank Mandiri (wawancara, 20 April 2010) bahwa, standar layanan kecepatan itu tergantung kepada kebutuhan nasabah artinya costumer service melayani nasabah sampai nasabah benar-benar menyelesaikan kebutuhannya dan permasalahannya. Sementara Ratna (wawancara, 21 April 2010) menerangkan bahwa dari delapan costumer service yang ada di Bank Mandiri Cabang A. Yani Pekanbaru, dibagi tugas yaitu enam costumer service bertugas melayani keluhan nasabah dan 2 costumer service bertugas melayani pembukaan rekening, blokir, ganti kartu dan cetak buku tabungan serta cetak rekening koran. Nazma (wawancara 23 April 2010) Masing-masing dari layanan yang diberikan costumer service ini memiliki standar kecepatan yang berbeda, yaitu untuk pembukaan rekening serta menawarkan fasilitas-fasilitas yang dimiliki Bank memerlukan waktu pelayanan selama tiga puluh menit, dan untuk blokir, ganti kartu, cetak buku tabungan dan cetak rekening koran memerlukan waktu sekitar lima sampai sepuluh menit, sementara untuk menangani keluhan nasabah costumer service akan melayani hingga nasabah benar-benar menyelesaikan kebutuhan dan masalahnya sebagaimana diungkapkan Hanum sebelumnya.

Sri (wawancara, 27 April 2010) bahwa skill ini wajib dimiliki oleh costumer service, skill ini diwujudkan guna memenuhi kebutuhan nasabah dan menerapkan pelayanan yang lebih baik demi pencapaian visi dan misi perusahaan.

4. Memahami perbedaan

Hanum (12 April 2010) keanekaragaman nasabah Bank Mandiri cabang A. Yani Pekanbaru ini menuntut costumer service untuk aktif dalam memahami masing-masing individu, salah satu yang dilakukan pihak costumer service adalah dengan memberi pandangan yang positif kepada nasabah yang juga merupakan bentuk kerja sama costumer service dengan nasabah. Fitri (wawancara, 12 April 2010) pandangan positif ini diwujudkan dengan perhatian dan mengikuti apa yang diinginkan nasabah dengan cara menggunakan komunikasi yang tidak terlalu kaku, sebagaimana diungkapkan Fitri costumer service Bank Mandiri.

”Bagi kami nasabah itu sama, mereka sama-sama manusia yang butuh penghargaan, dan sudah menjadi tugas kami costumer service untuk dapat memahami karakter nasabah yang berbeda-beda ini, yaitu dengan cara mengikuti apa yang diinginkan nasabah, dengan begitu costumer service akan dengan mudah melakukan pendekatan dengan nasabah tanpa ada kekakuan” (wawancara, 12 April 2010).

Masrida (Wawancara, 16 April 2010) penggunaan komunikasi yang ringan ini menjadikan costumer service lebih mudah dalam melakukan pendekatan dengan nasabah, yang memiliki karakter dan kepentingan yang berbeda, dan ini harus dipahami sebagai kesatuan yang utuh, karena nasabah adalah raja bagi Bank, tanpa nasabah suatu Bank tidak ada artinya untuk itu nasabah harus senantiasa diperlakukan secara baik.

5. Memberikan Motivasi

Hanum (wawancara, Hanum, 12 April 2010) bahwa, nasabah harus senantiasa mendapatkan motivasi, khususnya nasabah yang tengah mengalami hambatan dalam transaksinya, salah satunya adalah uang nasabah yang tidak kunjung masuk ke

rekening, dengan masalah keuangan seperti ini biasanya akan menjadikan nasabah sangat sensitive, berdasarkan hal tersebut costumer service dituntut untuk mampu menenangkan nasabahnya. sebagaimana di ungkapkan Fitri.

“ Motivasi yang kami berikan biasanya dalam bentuk kata-kata misalnya ‘kami sangat memahami perasaan bapak/ibu, bapak/ibu tidak perlu khawatir kami akan berupaya semaksimal mungkin membantu bapak dalam masalah ini’ dengan begitu kekhawatiran nasabah akan berkurang” (wawancara, 12 April 2010).

Ratna (wawancara 21 April 2010) motivasi yang diberikan nasabah dilakukan dengan cara memberikan pengertian secara mendalam kepada nasabah dan terus memberikan informasi kepada nasabah. Nazma (wawancara 23 April 2010) bentuk pemberian informasi ini dilakukan dengan cara memfollow-up data keluhan nasabah, serta memberikan solusi-solusi lain dengan cara menawarkan fasilitas-fasilitas yang dimiliki Bank seperti sms Banking dan layanan telepon 24 jam ke 14.000.

Sri (wawancara, 27 April 2010) motivasi wajib dilakukan costumer service pada saat melayani nasabah, perhatian yang tulus adalah salah satu motivasi yang diberikan costumer service kepada nasabah, karena dengan perhatian yang nasabah akan merasa memiliki tempat untuk berbagi dan mendapatkan solusi.

Masrida (wawancara, 16 April 2010) bahwa motivasi ini diberikan untuk menggugah semangat nasabah dalam bertransaksi dan menghilangkan kekecewaan, kecemasan dan ketakutan nasabah akan masalahnya. Deceria (wawancara, 20 April 2010) menambahkan apabila nasabah telah merasa nyaman dengan motivasi tersebut,

maka nasabah akan tetap menaruh perhatiannya dan simpatinya kepada Bank Mandiri cabang A. Yani Pekanbaru.

6. Memberikan Pelayanan Secara Adil dan Tidak Pilih Kasih

Fitri (wawancara, 12 April 2010) Costumer service memberikan layanan yang sama kepada seluruh nasabah Bank Mandiri, baik itu nasabah prioritas yaitu nasabah yang memiliki investasi diatas lima ratus juta rupiah maupun nasabah yang hanya memiliki investasi dibawah nominal tersebut. Hanum (wawancara 12 April 2010) bahwa perusahaan menganggap nasabah adalah asset penting yang harus dipertahankan, berdasarkan hal tersebut costumer service selalu berusaha bertindak adil dan tidak membedakan antara nasabah yang satu dan lainnya.

Deceria (wawancara, 20 April 2010) sikap adil yang diberikan costumer service kepada nasabah tersebut dapat dilihat dari penerapan standar layanan yang ditetapkan oleh pihak Bank, menyambut setiap nasabah dengan perilaku sama, dan melayani nasabah dengan antusias/tidak memperlihatkan kegelisahan. Purnamawati (wawancara, 20 April 2010) menambahkan bahwa dengan sikap tersebut akan menjadikan nasabah merasa diperlakukan secara adil yang pada akhirnya akan menimbulkan ketenangan tersendiri dihati nasabah.

Masrida (wawancara, 16 April 2010) setiap manusia membutuhkan adanya keadilan, demikian halnya dengan nasabah, dengan keadilan ini nasabah merasakan bahwa dirinya benar-benar dipentingkan oleh Bank, dan tidak merasa tersisihkan.

B. Faktor-Faktor yang mempengaruhi Human Relations Customer Service Bank Mandiri Cabang A. Yani Pekanbaru dalam Melayani Nasabah

Masrida (wawancara, 16 April 2010) Bagi Bank Mandiri pengaruh human relations adalah untuk mengikat nasabah agar tetap loyal terhadap Bank Mandiri, untuk itu Bank Mandiri senantiasa menerapkan human relations setiap kali memberikan pelayanan kepada nasabah.

Fitri (wawancara, 12 April 2010) berikut ini ada beberapa hal yang mengharuskan Bank Mandiri melakukan human relations dalam memberikan pelayanan kepada nasabahnya, antara lain:

1. Adanya tingkat persaingan yang semakin ketat antar perbankan

Kondisi persaingan yang akan semakin ketat dengan semakin agresifnya bank-bank pesaing, terutama bank asing. Dan kondisi persaingan perbankan ini juga semakin ketat dengan diterapkannya regulasi yang mengatur batas modal minimum perbankan. Regulasi ini akan membuat bank-bank berskala besar cenderung melakukan konsolidasi atau memperkuat struktur permodalannya (majalah Bank Mandiri, edisi 273: 2-3).

Hanum (wawancara, 12 April 2010) bahwa dewasa ini banyak sekali bermunculan Bank-Bank yang menawarkan kualitas yang menjanjikan, untuk itu Bank Mandiri harus tetap bertahan dan berusaha terus meningkatkan pelayanannya, standar pelayanan umumnya di setiap Bank sama, hanya saja yang membedakan adalah people atau manusianya.

2. Adanya tantangan internal yang memerlukan perhatian khusus

Selain tantangan eksternal Bank Mandiri juga dihadapkan dengan beberapa tantangan internal yang harus mendapat perhatian khusus salah satunya adalah program implementasi budaya yang ada saat ini sudah cukup baik, namun masih ada beberapa ruang yang perlu perbaikan, terutama dalam hal internalisasi TIPCE dan 10 perilaku utama dalam keseharian bekerja. Bank Mandiri perlu melakukan transformasi lanjutan dibidang budaya guna meningkatkan kinerja dan menjaga kesinambungan pencapaian visi dan misi dengan tetap berlandaskan pada TIPCE dan 10 perilaku utama insan bank mandiri (majalah Mandiri, edisi 273: 3).

Fitri (wawancara, 12 April 2010) sepuluh perilaku yang diterapkan Bank Mandiri wajib dilakukan oleh seluruh karyawan Bank Mandiri khususnya costumer service tujuannya untuk meningkatkan kualitas kinerja karyawan (costumer service) agar selalu menjadikan nasabah sebagai prioritas utama yang harus dipertahankan, dihargai dan diperhatikan keberadaannya.

3. Adanya komitmen yang telah ditetapkan untuk kemajuan Bank Mandiri yang harus dicapai.

Bank Mandiri cabang A. Yani Pekanbaru memiliki komitmen untuk kemajuan Bank Mandiri, adapun deklarasi dari komitmen tersebut adalah:

- a) Terus menerus berupaya memberikan yang terbaik pada pelanggan
- b) Ingin menjadikan Bank Mandiri pilihan pelanggan.
- c) Perubahan yang lebih baik guna mencapai tujuan yang lebih besar.
- d) Efektif dan efesiean (deklarasi komitmen change agent karyawan spoke pekanbaru A. yani pekanbaru).

Purnamawati (wawancara, 20 April 2010) berdasarkan beberapa hal di atas Bank Mandiri terus berupaya memberikan yang terbaik kepada nasabah demi pencapaian visi dan misi Bank Mandiri tersebut, adapun upaya yang dilakukan Bank adalah dengan menerapkan nilai budaya Bank Mandiri kepada seluruh karyawan Bank Mandiri terutama costumer service.

Deceria, costumer service Bank Mandiri Cabang A. Yani (wawancara, 20 April 2010) bahwa, penerapan nilai-nilai budaya secara konsisten dan terus menerus dalam setiap perilaku dan pengambilan keputusan akan mewujudkan budaya Bank Mandiri, yang kokoh, yang secara positif akan menghasilkan kinerja prima. Hanum (16 april 2010) dalam hal ini bank mandiri memberikan sepuluh perilaku utama yang harus dimiliki oleh setiap insan bank mandiri terutama costumer service dan sepuluh perilaku ini merupakan standar layanan yang ditetapkan Bank Mandiri. Adapun sepuluh perilaku utama tersebut adalah:

Nilai	Perilaku Utama
Kepercayaan/trust	- Saling menghargai dan bekerja sama - Jujur,tulus dan terbuka
Integritas/integrity	- Disiplin dan Konsisten - Berpikir, berkata dan bertindak terpuji
Profesionalisme/Professionalism	- Kopeten dan bertanggung jawab - Memberikan solusi dan hasil terbaik
Fokus pada pelanggan	- Inovatif,proaktif dan cepat tanggap - Mengutamakan pelayanan dan kepuasan pelanggan
Kesempurnaan/excelence	- Orientasi pada nilai tambah dan perbaikan terus menerus - Peduli lingkungan

Sumber Data: Buku Standar Operasional Pelayanan Bank Mandiri

Ratna (wawancara, 21 April 2010) bahwa sepuluh perilaku insan Bank Mandiri tersebut merupakan komponen yang harus dilaksanakan oleh setiap insan Bank Mandiri terutama pihak yang langsung berhubungan dengan nasabah salah

satunya costumer service. Nazma (wawancara, 23 April 2010) menambahkan bahwa komponen tersebut mencakup kegiatan human relations yang sangat berperan dalam pembentukan citra perusahaan menjadi lebih baik. Dan komponen tersebut merupakan factor-faktor yang mempengaruhi human relations costumer service Bank Mandiri Cabang A. Yani Pekanbaru dalam melayani nasabah.

Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi human relations costumer service Bank Mandiri adalah:

1. Saling Menghargai dan Bekerjasama

Sebagaimana diterangkan oleh Deceria (wawancara, 20 April 2010) salah satu costumer service Bank Mandiri bahwa, tidakan menghargai itu diterapkan dengan cara memperlakukan semua pihak yang berkepentingan itu dengan penuh hormat, selalu menjaga komunikasi yang penuh dengan empati kepada nasabah dan semua pihak yang berkepentingan sehingga akan menciptakan pengertian dan hubungan interpersonal, menciptakan dan memelihara iklim lingkungan kerja yang kondusif dan nyaman, menjalankan amanah yang diberikan pihak Bank dengan penuh komitmen dan tanggung jawab, dan selalu menempatkan kepentingan perusahaan diatas kepentingan pribadi dan golongan dalam hal ini focus costumer service lebih dikerahkan untuk nasabah, menciptakan kerjasama antar individu untuk mencapai tujuan bersama, costumer service saling memberikan motivasi baik kapada sesama

rekan kerja maupun nasabah, dan menghormati setiap perbedaan sebagai titik awal untuk mencapai sinergi.

2. Jujur, tulus dan terbuka

Masrida (wawancara, 16 April 2010) bahwa, costumer service senantiasa bertindak berdasarkan kebenaran, costumer service senantiasa memelihara niat yang murni dan penuh kerelaan, tanpa pamrih dan tanpa ada maksud tersembunyi, sebagaimana Masrida mengungkapkan.

“Costumer service kerap memberikan perhatian kepada nasabah yang kebetulan sedang berulang tahun, kadang-kadang disampaikan secara langsung atau kalau nasabahnya tidak sedang berada di bank bisa disampaikan via telepon, itu semua semata-mata merupakan bentuk ketulusan yang diberikan costumer service kepada nasabah tanpa ada sesuatu dibalik itu”.

Fitri (wawancara, 20 April 2010) selain itu juga costumer service memberikan informasi yang relevan secara benar, tepat dan akurat dengan tetap menjunjung tinggi nilai-nilai pribadi dan kerahasiaan, berani dalam mengakui keterbatasan dan kesalahan serta bersedia dan komitmen untuk melakukan perbaikan.

3. Disiplin dan konsisten

Purnamawati (wawancara, 20 April 2010), bahwa bertindak menepati janji merupakan suatu hal penting yang harus senantiasa diterapkan oleh seluruh costumer service Bank Mandiri, disiplin menunjukkan kesungguhan kita dalam memberikan pelayanan kepada nasabah dan dengan sikap disiplin dan konsisten nasabah akan percaya dan semakin loyal dengan Bank Mandiri.

Sikap disiplin dan konsisten ini diwujudkan dalam bentuk costumer service bertindak dan menepati janji dengan komitmen yang telah disepakati, mematuhi

aturan kebijakan dan prosedur di Bank Mandiri serta peraturan perundang-undangan yang berlaku secara bijaksana dan penuh tanggungjawab, mengambil keputusan secara bijaksana dalam berbagai situasi dengan tetap berpegang pada aturan dan kebijakan yang berlaku, memegang teguh prinsip dan pendirian yang diyakini benar dan tidak mudah berubah meskipun berada dalam tekanan atau situasi sulit (buku saku Bank Mandiri).

4. Berfikir, berkata dan bertindak terpuji

Dalam hal ini costumer service memperlakukan orang lain sebagaimana orang lain memperlakukannya dengan kata lain costumer service kerap memposisikan diri sebagai nasabah, costumer service bersikap adil dan bijaksana dalam segala situasi, bekerja dengan penuh dedikasi, melindungi kepentingan, kehormatan pribadi, Bank Mandiri serta menjunjung tinggi kode etik profesi, berupaya untuk menjadi teladan bagi orang lain dengan bertindak secara konsisten (buku saku Bank Mandiri).

Setiap saat costumer service dituntut untuk selalu konsisten terhadap apa dipikirkan dengan apa yang dikatakan kemudian hal itu akan direalisasikan dengan sebuah tindakan yang penuh dengan dedikasi yang tinggi.

5. Kompeten dan bertanggung jawab

Costumer service senantiasa mengembangkan tingkat kompetensi guna mengikuti segala perkembangan dan kemajuan sesuai tuntutan profesi, berusaha semaksimal mungkin mencapai standar kinerja yang telah ditetapkan, memelihara gairah dan semangat tinggi dalam bekerja, merasa memiliki dan memiliki

tanggungjawab terhadap keputusan yang telah dibuat, berusaha memberikan kontribusi untuk pencapaian visi dan misi bank mandiri (Buku saku Bank Mandiri).

Pencapaian standar kinerja yang telah ditetapkan Bank Mandiri selalu menjadi upaya setiap insan Bank Mandiri, rasa tanggung jawab, dan senantiasa memelihara gairah dan semangat bekerja dilakukan demi mencapai sebuah tujuan Bank yaitu menjadi Bank Terpercaya pilihan Masyarakat (wawancara, Nazma, 23 April 2010).

6. Memberikan solusi dan hasil terbaik

Dalam hal ini diwujudkan dalam bentuk menyelesaikan pekerjaan secara tepat dan akurat, bekerja cerdas yaitu efisien dan efektif memanfaatkan sumberdaya secara optimal untuk mencapai hasil yang maksimal, mengelola pekerjaan secara sistematis untuk mencapai hasil yang maksimal (Buku saku Bank Mandiri).

7. Inovatif, proaktif dan cepat tanggap

Customer service selalu peka terhadap kebutuhan pelanggan dan proaktif untuk mengidentifikasi kebutuhan pelanggan, inovatif dan berorientasi untuk memberikan solusi optimal untuk memenuhi kebutuhan pelanggan, selalu fokus untuk memberikan layanan dengan nilai tambah spesifik yang dibutuhkan nasabah, bersikap empaty terhadap keluhan dan permasalahan pelanggan dan cepat tanggap untuk dapat memberikan solusi terbaik untuk setiap kebutuhan nasabah (Buku saku Bank Mandiri).

Bagi customer service pelanggan adalah raja, yang harus dimuliakan keberadaannya, inovatif, proaktif adalah tindakan yang harus dilakukan customer

service agar nasabah tidak merasa dirinya diasingkan (wawancara, Sri, 27 April 2010).

8. Mengutamakan pelayanan dan kepuasan pelanggan

Costumer service berupaya untuk memuaskan pelanggan dan memberikan layanan prima yang melebihi harapan pelanggan, dengan tetap mempertimbangkan aspek resiko dan prinsip kehati-hatian, berupaya untuk mengutamakan kepentingan pelanggan dengan tetap memperhatikan kepentingan organisasi, memahami pelanggan secara utuh untuk dapat berperan sebagai mitra yang akan mendukung pelanggan untuk maju, memberikan solusi yang tidak hanya sekedar memuaskan pelanggan tetapi mendorong pelanggan untuk tumbuh dan berkembang, berupaya untuk senantiasa memelihara hubungan baik dengan pelanggan dari waktu ke waktu, menghargai kepentingan pelanggan dan menghormati prinsip pribadi dan kerahasiaan dalam hubungan dengan pelanggan, senantiasa meningkatkan pengetahuan dan keterampilan diri untuk dapat selalu memberikan layanan yang unggul kepada pelanggan, selalu bersikap ramah, sopan dan professional dalam berinteraksi dengan pelanggan, senantiasa berupaya untuk masuk dalam lingkungan pelanggan dan menjadi mitra yang dapat diandalkan setiap saat (buku saku Bank Mandiri).

Kepuasan pelanggan adalah salah satu tolok ukur keberhasilan kerja costumer service , apabila nasabah puas berarti kerja costumer service dalam melayani nasabahnya berhasil, untuk mencapai hal tersebut costumer service selalu berupaya meningkatkan ketrampilan demi menghasilkan kualitas layanan yang unggul (wawancara, Masrida, 16 April 2010).

9. Orientasi pada nilai tambah dan perbaikan terus menerus

Costumer service senantiasa meningkatkan kompetensi individu maupun organisasi melalui berbagai upaya, mengidentifikasi dan meningkatkan nilai tambah yang dapat berikan kepada organisasi maupun pelanggan, senantiasa meningkatkan standar kinerja dari waktu ke waktu, selalu mengupayakan kesempurnaan kerja dan meminimalkan kesalahan, senantiasa melakukan perbaikan proses dan meraih hasil yang baik dari waktu ke waktu, senantiasa melakukan evaluasi dan pemantauan secara rutin baik terhadap proses kinerja maupun hasil kerja untuk dapat mengidentifikasi peluang-peluang perbaikan, senantiasa meningkatkan kemampuan seluruh anggota tim dengan membiasakan diri melakukan berbagai pengetahuan, selalu mengembangkan gagasan baru dan mengimplementasikan untuk kebaikan (Buku Saku Bank Mandiri).

Evaluasi ini dilakukan terus menerus, demi kemajuan kualitas pelayanan untuk kedepannya, adapun yang dilakukan oleh costumer service Bank Mandiri yaitu dengan melakukan Reading discuss yang dilakukan satu minggu satu kali, reading discuss ini membahas mengenai masalah-masalah yang mungkin terjadi di lapangan dan mencari solusi atas masalah tersebut, disamping itu juga digunakan untuk melahirkan inovasi demi perbaikan layanan untuk kedepannya (wawancara, Fitri, 12 April 2010).

10. Peduli Lingkungan

Costumer service senantiasa membina hubungan baik dengan berbagai kalangan di lingkungan sekitar Bank Mandiri, senantiasa berupaya memberikan

manfaat yang optimal bagi masyarakat di lingkungan sekitar Bank Mandiri, senantiasa memelihara lingkungan masyarakat yang sehat, peduli terhadap permasalahan sosial yang terjadi dalam masyarakat sekitar kita dan peka terhadap permasalahan sosial yang terjadi dalam masyarakat sekitar kita dan peka terhadap permasalahan yang dihadapi oleh bangsa Indonesia secara umum, serta peduli dan turut serta mensejahterakan rakyat Indonesia (Buku Saku Bank Mandiri).

Keberhasilan Bank Mandiri tidak lepas dari peran masyarakat dan lingkungan sekitar Bank Mandiri, bagi Bank Masyarakat dan lingkungan merupakan komponen yang wajib mendapatkan perhatian khusus, dalam hal ini Bank Mandiri kerap menggelar acara yang dapat dinikmati oleh masyarakat banyak, serta aktif dalam bidang pendidikan dll (wawancara, Deceria, 20 April 2010).

Agar lebih mudah untuk dipahami penyajian data tersebut dapat dilihat dari table dibawah ini:

Tabel Hasil Wawancara

No	Pertanyaan	Jawaban	Frekuensi	Presentase
1	Mengapa costumer service perlu menghargai nasabah?	Loyalitas	8	100%
2	Bagaimana sikap yang diberikan costumer service kepada nasabah	Berdiri, jabatan tangan, senyum & memperkenalkan diri.	8	100%
3	Bagaimana memberi perhatian terhadap nasabah?	- Peka terhadap maunya nasabah	3	37,5%
		- Memperhatikan kebutuhan nasabah dengans seksama	2	25%
		- Empaty	3	37,5%
4	Mengapa costumer service perlu bekerja sama.	Agar terjalin hubungan yang baik.	8	100%

5	Bagaimana costumer service melakukan kerjasama dengan nasabah?	- Memberikan informasi yang dibutuhkan nasabah.	4	50%
		- Bersikap terbuka dengan nasabah	2	25%
		- Saling memahami	2	25%
6	Skill apa yang harus dimiliki costumer service dalam memberikan pelayanan?	- Mampu memberi informasi & melayani secara cepat & tepat.	3	37,5%
		- Sikap & penampilan	3	37,5%
		- Mengusai produk Bank	2	25%
7	Bagaimana cara costumer service melakukan komunikasi yang dapat menimbulkan empathy?	- Merasakan apa yang dirasakan nasabah.	8	100%
8	Kenapa hal tersebut perlu dilakukan?	- Agar nasabah nyaman	4	50%
		- Agar nasabah loyal	3	37,5%
		- Agar merasa diperhatikan	1	12,5%
9	Bagaimana costumer service memposisikan diri sebagai nasabah?	- Memberikan pengertian & solusi sampai tuntas.	2	25%
		- Memberi perhatian yg mendalam	2	25%
		- Turut serta merasakan apa yang dirasakan nasabah.	4	50%
10	Bagaimana costumer service memperlakukan nasabah agar merasa adil?	Tidak membedakan antara nasabah prioritas/ non prioritas	8	100%
11	Usaha apa yang dilakukan costumer service dalam memberikan setiap informasi yg dibutuhkan nasabah?	Menguasai produk Bank Mandiri dan menawarkan setiap produk yg terbaru pada nasabah.	8	100%
12	Apa yang dilakukan costumer service agar nasabah menjadi puas?	Melayani nasabah hingga tuntas & sesuai kebutuhan	8	100%

13	Tanggungjawab seperti apa yang diberikan costumer service kepada nasabah?	- Pikiran, tindakan & perbuatan sama,	4	50%
		- Menepati janji	4	50%
14	Motivasi seperti apa yang diberikan costumer service kepada nasabah?	- Memberikan pengertian secara mendalam	2	50%
		- Berupaya menyelesaikan masalah hingga tuntas.	2	25%
		- Menciptakan ketenangan dengan sikap yang menenangkan.	4	25%
15	Mengapa perlu memberikan motivasi?	- Untuk menenangkan nasabah.	5	62,5%
		- Agar nasabah tidak jenuh	2	25%
		- Agar nasabah tetap loyal kepada Bank-	1	12,5%
16	Bagaimana costumer service menanggapi setiap perbedaan yang ada?	- Memberi pandangan yang positif - Memahami karakter setiap individu	6	75%
17	Bagaimana memberikan kenyamanan kepada nasabah?	- Memberi perhatian, dan pelayanan yg efektif & efesien.	4	62,5%
		- Komunikasi yang tidak kaku	2	25%
		- Memberikan tempat dan pelayanan yang nyaman	2	25%
18	Bagaimana meningkatkan loyalitas pelanggan?	- Memberikan pelayanan yang tidak disangka-sangka.	3	37,5%
		- Memberi perhatian	1	12,5%
		- Menawarkan produk baru	4	50%

19	Tolok ukur kecepatan Bank Mandiri berapa lama?	Sampai nasabah menyelesaikan masalahnya.	8	100%
20	Dalam bentuk apa customer service memberikan informasi kepada nasabah?	<ul style="list-style-type: none"> - Memmfollow-up data keluhan nasabah. - Menawarkan produk baru 	5 3	62,5% 37,5%
21	Faktor apa saja yang mempengaruhi human relations customer service dalam melayani nasabah?	Standar layanan yang ditetapkan Bank Mandiri dan harus dilakukan Bank customer service.	8	100%

BAB IV

ANALISIS DATA

Bab ini Penulis akan menganalisis data yang telah disajikan di bab tiga sesuai dengan permasalahan. Dalam menganalisis permasalahan tersebut penulis menggunakan analisa deskriptif kualitatif, yaitu teknik analisis data dengan menggunakan kalimat-kalimat yang selanjutnya analisa data ini akan disesuaikan dengan teori-teori yang mendukung untuk menjawab permasalahan.

A. Human relations costumer service Bank Mandiri Cabang A. Yani Pekanbaru dalam melayani nasabah

1. Ramah, murah senyum, dan dengan tutur kata yang lembut dan jelas.

Standar layanan yang ditetapkan Bank Mandiri bagi costumer service dikonsep sedemikian rupa mulai dari awal pelayanan sampai dengan akhir pelayanan, dimana tahap awal layanan yang dilakukan costumer service dalam melayani nasabah nya adalah dengan berdiri tegak, senyum, jabat tangan, memperkenalkan diri, menyebutkan nama nasabah dengan sangat bijaksana dan menyenangkan, kemudian mempersilahkan duduk.

Dari analisa penulis bahwa sikap yang dilakukan costumer service Bank Mandiri Cabang A. Yani Pekanbaru dalam melayani nasabah tersebut merupakan cara yang dilakukan untuk membangun pelayanan yang luar biasa, salah satunya adalah dengan menyebutkan nama nasabah, sebab, tidak ada hal lain yang diterima

nasabah selain perhatian perorangan yang diberikan menurut keinginannya. Bila nasabah merasakan dirinya mendapatkan perhatian dan penghargaan ini maka nasabah akan menjadi loyal terhadap Bank Mandiri cabang A. Yani Pekanbaru. hal ini sesuai dengan table yang disajikan dimana 100% costumer service melakukan sikap menghargai yang diwujudkan dengan sikap ramah, murah, senyum dan dengan tutur kata yang halus dan dan jelas agar nasabah loyal kepada Bank Mandiri.

2. Empaty (Merasakan apa yang dirasakan nasabah)

Selanjutnya costumer service dengan antusias memperhatikan keluhan dan kebutuhan nasabah, serta berupaya semaksimal mungkin memenuhi apa yang diinginkan nasabah dengan rasa empathy yang tinggi, dimana costumer service senantiasa turut merasakan apa yang tengah dirasakan nasabah, yang diwujudkan dengan isyarat tubuh ataupun melalui ungkapan secara langsung dan tulus dari hati.

Apabila costumer service dapat merasakan apa yang dirasakan nasabah, maka memungkinkan costumer service dapat menyampaikan yang tepat kepada nasabah. Yang dilakukan costumer service kepada nasabah ini diyakini mampu memberikan kenyamanan khusus bagi nasabah, dengan kenyamanan ini nasabah akan merasa bahwa keberadaannya sangat dipentingkan oleh Bank, dengan kenyamanan yang dirasakan nasabah ini akan menjadikan dirinya loyal kepada Bank Mandiri Cabang A. Yani Pekanbaru.

Analisa Penulis mengenai hal ini bahwa dalam hubungan manusiawi yaitu antara costumer service dengan nasabah adalah melakukan komunikasi antar persona (Interpersonal communications), hal ini dapat dilihat dari upaya costumer service

dalam melakukan pelayanan yang membuat orang lain mengerti dan menaruh simpati. Didukung dengan teori yang dikemukakan oleh Edward C. Lindemen yang mengatakan 'bahwa orang akan menaruh simpati jika dirinya dihargai', begitu juga teori yang diungkapkan oleh seorang ahli dari Harvard University Amerika Serikat mengatakan bahwa tiap manusia dalam hati kecilnya ingin dihargai dan dihormati. Jadi dengan adanya pelayanan yang disertai dengan empathy yang tinggi akan menjadikan nasabah merasa dirinya senantiasa dibutuhkan dan diharapkan selalu oleh Bank, sehingga nasabahnya pun akan senantiasa memberikan yang terbaik untuk Bank, salah satunya adalah diwujudkan dengan loyalitasnya yang tinggi sebagai nasabah Bank dan persepsi-persepsi yang positif dari nasabah mengenai Bank. Hal ini sesuai dengan tabel yang disajikan bahwa 100% customer service melakukan empati agar nasabah menaruh simpati kepada Bank Mandiri cabang A. Yani Pekanbaru.

3. Pelayanan cepat, tepat, efektif dan efisien

Loyalitas ada karena nasabah merasa tertarik dengan sesuatu yang diberikan atau ada dalam Bank Tersebut, selain komunikasi yang baik, perhatian dan empathy yang tinggi, Customer service menarik perhatian nasabah dengan penampilannya yang rapi sederhana dan bersahaja yang dilengkapi dengan tutur kata yang lembut, jelas, lugas dan gestur yang menyenangkan serta berusaha konsisten dengan janji yang telah ditawarkan.

Upaya yang dilakukan customer service dalam memberikan pelayanan kepada nasabah tersebut merupakan reliability (kemampuan) customer service dalam memberikan pelayanan yang sesuai dengan harapan dan janji yang telah ditawarkan

pihak Bank kepada nasabah, yang ditunjukkan dengan responsiveness (respon) atau kesigapan costumer service dalam membantu nasabah yaitu dengan memberikan pelayanan yang cepat, tepat, tanggap serta mampu menangani keluhan nasabah secara baik yang diungkapkan dengan tutur kata yang lembut, jelas, tegas dan bijaksana.

Standar operasional pelayanan yang ditetapkan Bank Mandiri yang terdiri dari dua kategori standar layanan. yaitu dari delapan costumer service dibagi menjadi dua, enam costumer service, bertugas melayani nasabah dan keluhan nasabah, dimana standar operasional pelayanan untuk pembukaan rekening dan menawarkan fasilitas yang dimiliki memerlukan waktu 30 menit, sementara menangani keluhan dan masalah nasabah dilakukan hingga nasabah benar-benar menyelesaikan masalah dan merasa puas dengan layanan yang diberikan costumer service, selanjutnya dua costumer service bertugas melayani pemblokiran, ganti kartu rekening dll memerlukan waktu sekitar lima sampai sepuluh menit. Merupakan suatu wujud assurance yaitu kemampuan costumer tentang pengetahuan dan informasi suatu produk (good oroduct knowledge) yang ditawarkan dengan baik, keramah-tamahan, perhatian dan kesopanan dalam memberikan jaminan pelayanan yang terbaik yang meliputi: competence (kompetensi), courtesy (kesopanan), credibility (kredibilitas) hal ini sesuai tabel yang disajikan bahwa 100% costumer service melakukan pelayanan dengan berpedoman pada standar operasional pelayanan yang ditetapkan oleh Bank.

Disamping itu juga Bank Mandiri berupaya memberikan layanan yang nyaman baik dari pelayanan maupun tempat yang diberikan, dari segi tempat dapat

ditinjau dari segi tampilan gedung yang menarik, ruang tunggu yang nyaman, menyediakan nomor antrian, menyediakan toilet dan mesin ATM

Pelayanan tempat dan fasilitas yang disediakan Bank Mandiri cabang A. Yani Pekanbaru untuk memanjakan nasabahnya adalah sebuah upaya yang dilakukan Bank Mandiri dalam mencapai suatu kualitas pelayanan yang prima, salah satu yang menentukan kualitas pelayanan jasa adalah tangibles yang merupakan kenyataan yang berhubungan dengan penampilan fisik, gedung, ruang office lobby atau front office yang refresentatif, dimana dalam hal ini tersedia tempat parkir yang layak, kebersihan, kerapihan, aman dan kenyamanan di lingkungan perusahaan dipelihara secara baik.

Analisa Penulis berkaitan dengan usaha yang dilakukan costumer service Bank Mandiri dalam melayani nasabah menunjukkan bahwa Bank Mandiri cabang A. Yani Pekanbaru memiliki kualitas dalam memberikan pelayanan, dan kualitas tersebut ditunjukkan dengan adanya layanan yang jauh lebih baik dari yang nasabah harapkan hal ini dapat dilihat dari table yang disajikan bahwa 37,5% costumer service melakukan pelayanan yang tidak disangka-sangka, guna meningkatkan loyalitas pelanggan.

4. Memahami perbedaan

Sikap aktif costumer service dalam memahami masing-masing individu ditunjukkan dengan memberikan pandangan yang positif kepada nasabah, mengikuti apa yang diinginkan nasabah dengan menggunakan komunikasi ringan dan tidak terlalu kaku yang senantiasa di tunjukan costumer service setiap kali memberikan

pelayanan kepada nasabah yang memiliki keanekaragaman sikap dan karakter. hal ini sesuai dengan tabel yang disajikan bahwa 75 % customer service memberikan pandangan yang positif dalam melayani nasabah.

Customer service menyadari bahwa nasabah itu harus ditinjau dari segi manusiawi, sehingga untuk mempraktekkan human relation, customer service harus mempelajari sikap dan tabiat nasabah secara keseluruhan, meskipun tidak secara mendalam customer service perlu memahami mengapa nasabah satu sama lainnya memiliki tabiat dan tingkah laku yang berbeda, untuk mengetahui hal tersebut customer service memanfaatkan data keluhan nasabah yang telah diisi oleh nasabah sebelum melakukan transaksi.

Pandangan positif yang diberikan customer service kepada nasabah, melambungkan suatu pernyataan sikap keramahan dan perilaku yang menyenangkan yang ditawarkan customer service sebelum nasabah melakukan hal tersebut.

Analisa Penulis bahwa Masalah yang dihadapi nasabah akan besar pengaruhnya kepada tujuan pelaksanaan organisasi, dengan keberhasilan memecahkan masalah para nasabah dalam hal bertransaksi, seorang customer service telah sukses melakukan human relations, dan ini besar artinya bagi Bank.

5. Memberikan Motivasi

Motivasi yang diberikan customer service kepada nasabah adalah suatu upaya customer service dalam mempertahankan nasabah agar tetap menjadi loyal kepada Bank Mandiri Cabang A. Yani Pekanbaru. Motivasi yang dilakukan customer service kepada nasabah dilakukan dengan cara memberikan pengertian secara mendalam

kepada nasabah yang sedang mengalami hambatan-hambatan dalam melakukan transaksi yang berkaitan dengan Bank Mandiri Cabang A. Yani Pekanbaru, Berupaya menyelesaikan masalah nasabah hingga tuntas, serta senantiasa menciptakan suasana dengan sikap yang menyenangkan. Hal ini sesuai dengan tabel bahwa 50% costumer service memberikan pengertian yang mendalam kepada nasabah, 25 % costumer service menyelesaikan masalah nasabah hingga tuntas dan 25% costumer service senantiasa menciptakan suasana yang menyenangkan hati nasabah agar nasabah tetap menjadi loyal kepada Bank.

Kunci dari aktivitas human relations adalah motivasi, memotivasi para nasabah untuk turut serta berperan dalam pencapaian tujuan Bank berdasarkan kebutuhan secara memuaskan, yakni kebutuhan akan pelayanan yang nyaman. Bahwa untuk memuaskan hati nasabah orang demi orang tidaklah mudah, akan tetapi lingkungan dan suasana bisa membantu nasabah dalam memperoleh kebahagiaan, akan dapat diciptakan dan diadakan. Dalam hal ini costumer service harus berfikir secara situasional dalam rangka mencapai tujuannya.

Dalam melaksanakan human relations seorang costumer service melakukan komunikasi dengan para nasabahnya secara manusiawi yang disampaikan dengan cara memberikan pengertian yang mendalam kepada nasabah dan terus menerus memberikan pengertian kepada nasabah dengan cara memfollow-up data keluhan nasabah dan memberikan solusi.

Analisa Penulis bahwa human relations adalah interaksi dari orang-orang dalam suasana kerja dengan motivasi, mereka akan bekerja sama secara proaktif

kompetitif dengan kepuasan baik mengenai segi ekonominya maupun psikologi sosialnya. Suasana kerja yang diciptakan costumer service kepada nasabah diwujudkan dengan senantiasa memberikan motivasi, yang disampaikan dengan pengertian yang mendalam dan terus berusaha memberikan solusi, sehingga tercipta kerja sama antara costumer service dengan nasabah dengan kepuasan baik dari segi ekonomi maupun psikologinya. Hal ini sesuai dengan tabel yang disajikan bahwa 50% costumer service memberikan pengertian secara mendalam kepada nasabah agar nasabah tetap menaruh harapan dan simpati kepada Bank Mandiri.

6. Memberikan pelayanan secara adil dan tidak pilih kasih

Costumer service Bank Mandiri Cabang A. Yani Pekanbaru senantiasa menganggap bahwa nasabah merupakan asset yang harus terus dipertahankan dan dianggap keberadaannya sebagai satu kesatuan yang memiliki peran penting dalam pencapaian tujuan Bank, sehingga costumer service terus berusaha memberikan pelayanan yang sama kepada setiap nasabah, tidak membedakan antara nasabah prioritas yaitu nasabah yang memiliki investasi diatas lima ratus juta rupiah maupun nasabah yang hanya memiliki investasi dibawah nominal tersebut.

Analisa Penulis mengenai sikap costumer service memberikan pelayanan yang sama kepada setiap nasabahnya, merupakan sebuah upaya yang dilakukan costumer service dalam mewujudkan human relations didalam pelayanan yang diterapkan. kesadaran costumer service bahwa begitu banyak manusia di bumi ini, akan tetapi tidak ada yang sama dan serupa dalam segala hal, bahkan diantara yang kembarpun terutama dalam watak, sifat, perangai, kepribadian, sikap dan tingkah

laku, senantiasa menuntut costumer service untuk melakukan human relations yang diwujudkan dengan memperlakukan setiap nasabah secara adil dan tidak pilih kasih, karena bila manusia ingin sukses dalam kehidupannya human relations adalah cara untuk dapat dipergunakan. Hal ini sesuai dengan tabel yang disajikan bahwa 100% nasabah melakukan pelayanan secara adil agar nasabah merasa nyaman.

B. Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Human Relations Costumer Service Bank Mandiri cabang A. Yani dalam Melayani Nasabah

Costumer service Bank Mandiri Cabang A. Yani Pekanbaru dalam memberikan pelayanan kepada nasbahnya dipandu dengan panduan moral dan perilaku yang telah ditetapkan oleh Bank Mandiri, hal ini sesuai dengan tabel yang disajikan bahwa 100% costumer service melayani nasabah dengan berpedoman pada standar layanan yang ditetapkan Bank Mandiri, yang terhimpun dalam nilai-nilai budaya Bank Mandiri, sebagai kesatuan yang harus dilaksanakan oleh seluruh insan Bank Mandiri terutama costumer service. Dari analisa Penulis bahwa factor-faktor yang mempengaruhi human relations berdasarkan pada standar pelayanan Bank Mandiri, dengan standar yang telah ditetapkan tersebut costumer service dituntut untuk menerapkan human relations dalam melayani nasabah. Adapun factor-faktor tersebut adalah:

1. Saling Menghargai dan Bekerjasama

Tindakan ini merupakan wujud kepedulian costumer service kepada nasabah, karena setiap amanah yang diberikan pihak Bank kepada costumer service itu berkaitan dengan nasabah, komitmen dan tanggung jawab adalah sikap untuk

menanamkan kepercayaan nasabah kepada Bank. Bagi Bank nasabah adalah raja, nasabah selalu sibuk dengan masalahnya sendiri dan tidak peduli dengan apa yang tengah dirasakan orang lain, oleh karena itu customer service harus bertindak bijaksana dan selalu dituntut untuk lebih mengutamakan kepentingan perusahaan yang dapat diwujudkan dengan melakukan kerjasama yang baik antara sesama rekan kerja maupun nasabah. Hal ini sesuai tabel yang disajikan bahwa customer service 50% bertindak saling memberikan informasi dan 25% bersikap terbuka dan 25% saling memahami kepada sesama nasabah ataupun karyawan sebagai wujud kerjasama mereka.

2. Jujur, Tulus dan Terbuka

Tindakan saling menghargai dan bekerjasama & jujur tulus dan terbuka, merupakan tindakan yang akan menunjang tumbuhnya kepercayaan atas dasar keyakinan akan suatu kehandalan dan keluhuran karakter dan kepribadian. Kehandalan seseorang yang tidak dilandasi karakter yang luhur tidak akan menimbulkan suatu kepercayaan, dalam kehidupan sehari-hari perilaku ini diwujudkan dalam tindakan saling menghargai dan bekerja sama serta tindakan yang jujur tulus dan terbuka.

Analisa Penulis bahwa kita dapat menyatakan sikap kita di dalam pergaulan dengan sikap ramah, dengan sepatah kata yang menyenangkan sebelum mereka melakukannya, Sikap yang dinyatakan dengan “een vrindelijwood of gebaar”, kata atau sikap yang ramah adalah human relations sikap yang menghargai,

memperhatikan kepentingan orang lain dengan jujur tulus merupakan kunci sukses dalam mencapai suatu tujuan organisasi.

3. Disiplin dan konsisten

Analisa penulis bahwa disiplin menunjukkan yang dilakukan costumer service menunjukkan kesungguhannya dalam memberikan pelayanan kepada nasabah dan dengan sikap disiplin dan konsisten nasabah akan percaya dan semakin loyal dengan Bank Mandiri. karena sebuah organisasi itu tak ubahnya seperti makhluk sosial yang hidupnya bergantung pada rasa saling percaya dan keintiman para anggotanya begitu juga dengan costumer service mereka harus memiliki komitmen yang penuh terhadap kemajuan dan citra perusahaan.

4. Berfikir, berkata dan bertindak terpuji

Human relations merupakan etika dan moral dasar bagi hubungan manusiawi. Agar seseorang merasa bahwa dirinya dihargai sebagai layaknya manusia dapat ditunjukkan dengan berbagai cara bergantung pada situasi dan kondisi dilakukan human relations, dalam hal ini costumer service Bank mandiri cabang A. Yani Pekanbaru mewujudkan perilaku kepeduliannya kepada nasabah dengan bertindak disiplin dan konsisten, berpikir, berkata dan bertindak terpuji.

Analisa Penulis bahwa Sikap costumer service yang senantiasa mewujudkan kepeduliannya kepada nasabah dengan tindakan disiplin, konsisten, berpikir, berkata dan bertindak terpuji adalah suatu sikap yang menunjukkan bahwa costumer service menyertakan human relations dalam melayani nasabahnya, hal ini sesuai dengan tabel

yang disajikan bahwa 50% costumer service bersikap menyamakan pikiran dan tindakan serta 50% bersikap menepati janji sebagai wujud tanggungjawabnya kepada nasabah.

5. Kompeten dan bertanggung jawab

Perilaku Kompeten dan bertanggung jawab memberikan solusi dan hasil terbaik merupakan suatu nilai yang mengedepankan dan kompetensi dalam menjalankan tugas dan tanggung jawab, Perilaku ini adalah sikap profesionalisme yang diterapkan Bank Mandiri kepada setiap insan Bank Mandiri terutama costumer service.

Analisa Penulis bahwa dalam hal ini costumer service dituntut untuk mampu memberikan keunggulan dalam memberikan pelayanan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan, terdapat dua factor utama yang dapat mempengaruhi kualitas jasa pelayanan yaitu pelayanan yang diharapkan dan pelayanan yang dirasakan.

6. Memberikan solusi dan hasil terbaik

Memberikan layanan unggul merupakan keahlian yang harus dikedepankan oleh costumer service dalam melayani pelanggan. karena sasaran dari costumer service adalah memberikan pelayanan yang memuaskan, meningkatkan loyalitas pelanggan, mencapai tujuan dan manfaat dan dapat menciptakan citra yang positif. Dengan perilaku profesional yang diterapkan Bank Mandiri kepada costumer service Bank Mandiri maka kebutuhan nasabah akan terpenuhi, nasabah akan merasa

dihargai dan dilayani dengan baik, nasabah menjadi lebih professional, dan nasabah merasa puas dan senang melakukan kerjasama dengan Bank Mandiri. Analisa penulis bahwa perilaku professional yang diterapkan Bank kepada costumer service adalah human relations, karena perilaku tersebut adalah perilaku yang sangat mengutamakan kepuasan, kebahagiaan dan penghormatan mendalam kepada pelanggan, hal ini sesuai dengan tabel yang disajikan bahwa 100% costumer service menguasai produk dan berusaha menawarkannya kepada nasabah guna mempermudah memberikan solusi terbaik dalam melayani nasabah.

7. Inovatif, proaktif dan cepat tanggap

Analisa penulis bahwa sikap empathy terhadap keluhan dan permasalahan pelanggan dan cepat tanggap untuk dapat memberikan solusi terbaik untuk setiap kebutuhan nasabah, hal ini sesuai dengan tabel yang disajikan bahwa 37,5% costumer service selalu peka (cepat tanggap) terhadap nasabah, 25% costumer service memperhatikan kebutuhan nasabah, dan 37,5% costumer service berempati kepada nasabah agar nasabah merasa dihargai.

8. Mengutamakan pelayanan dan kepuasan pelanggan

Focus kepada nasabah merupakan salah satu nilai utama yang melandasi sikap setiap insan Bank Mandiri untuk senantiasa membina hubungan baik dengan nasabah secara langgeng dan berkesinambungan. Nasabah Bank Mandiri merupakan mitra yang terus didukung untuk terus maju, tumbuh serta konsisten dari waktu ke waktu. Focus pada pelanggan ini diwujudkan dalam perilaku yang inovatif, proaktif, dan

cepat tanggap terhadap kebutuhan pelanggan serta mengutamakan kepentingan dan kepuasan pelanggan.

Pelayanan prima berkaitan dengan jasa layanan yang dilaksanakan oleh perusahaan dalam upaya memberikan rasa kepuasan dan menumbuhkan kepercayaan nasabah, sehingga menjadikan nasabah merasa dirinya dipentingkan dan diperhatikan dengan baik dan wajar. Hubungan dengan pelanggan adalah sesuatu yang penting dalam menentukan kualitas jasa layanan.

Ada beberapa factor yang harus diperhatikan dalam memberikan pelayanan unggul kepada nasabah antara lain:

1. Menghargai kepentingan dan kebutuhan nasabah
2. Menjaga sopan santun dalam berkomunikasi, sikap tindak dan perilaku dalam hal melayani kepentingan/kebutuhan nasabah.
3. Selalu bersikap bijaksana, dan bekerja secara professional, cepat efisien serta saling menguntungkan bagi kedua belah pihak, diandalkan dan dipercaya.
4. Tetap menjaga rahasia pihak pribadi nasabah.

Analisa Penulis berdasarkan factor di atas, bahwa perilaku yang diimplementasikan costumer service Bank Mandiri Cabang A. Yani Pekanbaru dalam melayani nasabah, mencakup seluruh aspek pelayanan unggul yang senantiasa mengutamakan human relations dalam pencapaiannya. Hal ini sesuai tabel yang disajikan bahwa 100% costumer service melayani nasabah sampai tuntas dan sesuai kebutuhan agar nasabah merasa puas.

9. Orientasi pada nilai tambah dan perbaikan terus menerus

Kesempurnaan merujuk pada nilai utama untuk senantiasa berupaya meningkatkan proses maupun hasil kinerja secara terus menerus dan konsisten sehingga pada suatu titik akan tercapai tingkat kesempurnaan yang tinggi. Dalam kesehariannya Bank Mandiri mewujudkan nilai kesempurnaan ini dalam perilaku yang senantiasa berorientasi pada nilai tambah dan perbaikan terus menerus upaya tersebut hanya dapat diwujudkan dengan kerjasama yang tinggi antar anggota didalam organisasi, pencapaian tersebut akan menjadi maksimal dengan adanya human relations didalamnya.

Analisa Penulis bahwa hasil penemuan ini sesuai dengan teori Human relations dalam arti sempit adalah komunikasi persuasive yang dilakukan oleh seseorang kepada orang lain secara tatap muka dalam situasi kerja (work relations) dan dalam organisasi kekerjaan (work organisations) dengan tujuan untuk menggugah kegairahan dan kegiatan bekerja dengan semangat kerjasama yang produktif dengan perasaan bahagia dan puas hati Sebagaimana yang dilakukan costumer service Bank Mandiri dalam meningkatkan nilai tambah dan perbaikan secara terus menerus.

10. Peduli Lingkungan

Wujud kepedulian ini di nyatakan dengan adanya upaya membina hubungan baik dengan berbagai kalangan di lingkungan Bank Mandiri, berupaya memberikan manfaat yang optimal bagi masyarakat dilingkungan Bank Mandiri, berorientasi mendidik masyarakat mengenai pengetahuan perbankan dan layanan jasa keuangan, peduli terhadap permasalahan sosial yang terjadi dalam masyarakat sekitar kita dan

peka terhadap permasalahan yang dihadapi dengan bangsa Indonesia secara umum, serta turut serta mensejahterakan bangsa Indonesia.

Kepedulian terhadap lingkungan yang diterapkan bank mandiri merupakan suatu sikap human relations yang dilakukan insan Bank Mandiri dalam mencapai loyalitas nasabah kepada Bank, dan membentuk citra positif nasabah kepada pihak Bank.

Analisa Penulis bahwa, manusia harus bersikap demikian sebenarnya bukanlah hal yang luar biasa sebab, secara kodratiah, selain homo sapiens – sebagai mahluk berfikir, yang membedakan hewan - manusia juga merupakan homo socius, mahluk bermasyarakat. Tidak mungkin ia hidup tanpa orang lain. dan dengan mahluk sosial ia harus berusaha menciptakan keserasian dan keselarasan dengan lingkungannya, yang tentunya dibangun dengan menggunakan tindakan dan komunikasi yang manusiawi. Demikian juga halnya dengan Bank Mandiri yang senantiasa membutuhkan keberadaan nasabah dalam mempertahankan dan meningkatkan eksistensinya, untuk itu Bank Mandiri senantiasa menciptakan keselarasan dan keserasiannya dengan lingkungannya.

Sepuluh perilaku yang senantiasa terapkan dan harus dilakukan costumer service Bank Mandiri dalam melayani nasabah merupakan perilaku yang menuntut adanya human relations untuk mencapai tujuannya. Berdasarkan hal tersebut Penulis menganalisa bahwa sepuluh perilaku tersebut merupakan factor yang mempengaruhi keberadaan human relations costumer service dalam melayani nasabah.

Selain faktor-faktor tersebut ada beberapa hal yang mengharuskan Bank menerapkan human relations, antara lain adalah:

1. Adanya tingkat persaingan yang semakin ketat antar perbankan

Perkembangan zaman telah banyak melahirkan wajah baru dalam dunia pelayanan jasa salah satunya adalah Bank, dengan banyaknya bermunculan bank asing dan agresifnya Bank pesaing. Kondisi persaingan ini menjadi semakin ketat dengan diterapkannya regulasi perbankan ini regulasi yang mengatur batas modal minimum perbankan. Regulasi ini akan membuat bank-bank berskala besar cenderung melakukan konsolidasi atau memperkuat struktur permodalannya.

2. Adanya tantangan internal yang memerlukan perhatian khusus

Tantangan internal yang harus mendapat perhatian khusus salah satunya adalah beberapa program implementasi budaya yang masih perlu perbaikan, terutama dalam hal internalisasi TIPCE dan 10 perilaku utama dalam keseharian bekerja. Dalam hal ini Bank mandiri perlu melakukan transformasi lanjutan guna meningkatkan kinerja dan menjaga kesinambungan pencapaian visi dan misi perusahaan.

3. Adanya komitmen yang telah ditetapkan untuk kemajuan Bank Mandiri yang harus dicapai.

Bank mandiri cabang A. yang pekanbaru memiliki komitmen untuk kemajuan bank mandiri, adapun deklarasi dari komitmen tersebut adalah:

- a) Terus menerus berupaya memberikan yang terbaik pada pelanggan
- b) Ingin menjadikan bank mandiri pilihan pelanggan.

- c) Perubahan yang lebih baik guna mencapai tujuan yang lebih besar.
- d) Efektif dan efisien (deklarasi komitmen change agent karyawan spoke pekanbaru A. yani pekanbaru).

Dengan semakin ketatnya persaingan perbankan, mengharuskan Bank Mandiri terus berupaya mempersiapkan berbagai macam strategi untuk menghadapi tantangan yang ada, baik itu tantangan eksternal maupun internal . demi tercapainya visi dan misi Bank Mandiri yaitu terus menerus berupaya memberikan layanan yang terbaik kepada pelanggan , menjadikan Bank Mandiri pilihan pelanggan, perubahan lebih baik guna mencapai tujuan yang lebih besar guna mencapai tujuan yang lebih besar serta efektif dan efisien.

Upaya Bank Mandiri dalam mencapai hal tersebut yaitu dengan menerapkan nilai budaya Bank Mandiri kepada seluruh karyawan Bank Mandiri khususnya customer service, nilai-nilai merupakan serangkaian prinsip yang diyakini sebagai panduan moral dalam berperilaku, bertindak dan mengambil keputusan.

Analisa penulis bahwa Nilai-nilai budaya seperti kepercayaan, integritas, profesionalisme, focus kepada pelanggan dan kesempurnaan, merupakan komponen mencakup human relations di dalamnya, sebab bagi perusahaan human relations memiliki fungsi sebagai berikut:

1. Mencegah salah pengertian (miss understanding)
2. Mengembangkan kerjasama antar karyawan
3. Dapat membentuk suatu kelompok kerja / group team work yang efektif.
4. Mengarahkan individu dalam kelompok kepada suatu tujuan

5. Menghilangkan hambatan-hambatan komunikasi
6. Mengembangkan segi konstruktif sifat tabiat manusia.
7. Menyembuhkan orang yang menderita frustrasi
8. Untuk menyembuhkan luka-luka lama akibat salah komunikasi (miscommunications) dan salah persepsi (missunderstanding).

Bahwa hasil penemuan ini sesuai dengan teori human relations yang dikemukakan oleh Davis dalam falsafah human relations yaitu sebagai berikut:

1. Mutual interest (kepentingan bersama)

Antara karyawan dan nasabah harus ada “mutual interest” bila hal ini tidak ada maka usaha untuk mengumpulkan orang-orang dalam satu wadah/badan dan menciptakan kerja sama tidak ada faedahnya (Abdurachman, 2001: 82).

2. Perbedaan-perbedaan pada individu

Tiap individu berbeda dengan individu lainnya dan perbedaan-perbedaan yang ada pada tiap orang merupakan hal yang penting sekali dalam kehidupan. Oleh karena itu, agar para nasabah dapat merasa puas dalam melakukan kerjasama mereka harus diperlakukan berdasarkan perbedaan-perbedaan tadi.

3. Human Dignity (Harga diri)

Davis dalam Abdurachman (2001: 84) mengemukakan, bahwa “human dignity” merupakan suatu etika dan dasar moral bagi human relations hasil penyelidikan mengenai personal want telah menunjukkan bahwa tiap manusia ingin diperlakukan dengan respect, dengan dignity (waardigheid), ingin diperlakukan

sebagai human being (manusia) ini disebabkan karena manusia mempunyai harga diri.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang penulis dapat di lapangan, dapat ditarik kesimpulan bahwa:

1. human relations costumer service Bank Mandiri cabang A. Yani Pekanbaru dalam melayani nasabah.

- a) Memberikan pelayanan dengan ramah murah senyum dan tutur kata yang jelas
- b) Memberikan pelayanan dengan penuh empathy dimana costumer service senantiasa merasakan apa yang dirasakan nasabah.
- c) Memberikan pelayanan secara cepat, tepat, aktif dan efisien.
- d) Senantiasa memberikan motivasi kepada nasabah yang mengalami hambatan dalam melakukan transaksi.
- e) Memahami perbedaan yang ada dengan bijaksana
- f) Memberikan pelayanan secara adil dan tidak pilih kasih.

Costumer service senantiasa memposisikan diri sebagai nasabah dan merasakan apa yang dirasakan oleh nasabah, serta selalu memberikan produk layanan yang mudah, nyaman, bersahabat dan bernilai tambah serta berusaha melampaui batas harapan nasabah, merupakan konsep human relations yang dimaksud.

2. Faktor-faktor yang mempengaruhi human relations costumer service

Bank Mandiri cabang A. Yani Pekanbaru dalam melayani nasabah

- a) Saling menghargai dan bekerja sama
- b) Jujur tulus dan terbuka
- c) Disiplin dan konsisiten
- d) Berfikir, berkata dan bertindak terpuji
- e) Kompeten dan bertanggungjawab
- f) Memberikan solusi dan hasil terbaik
- g) Inovatif, proaktif dan cepat tanggap
- h) Mengutamakan pelayanan dan kepuasan pelanggan
- i) Orientasi pada nilai tambah dan perbaikan terus menerus
- j) Peduli lingkungan.

Sepuluh komponen diatas adalah perilaku yang ditetapkan Bank Mandiri kepada seluruh insan Bank Mandiri terutama costumer service dalam melayani nasabah, disamping itu ada beberapa factor lain yang mengharus costumer service senantiasa melakukan human relations dalam melayani nasabahnya, antara lain:

- a) Adanya persaingan yang semakin ketat antar perbankan
- b) Adanya tantangan internal yang memerlukan perhatian khusus
- c) Adanya tantangan internal yang memerlukan perhatian khusus
- d) Adanya komitmen yang ditetapkan untuk kemajuan Bank Mandiri.

Bahwa hasil Penemuan ini sesuai dengan teori human relations yang dikemukakan oleh davis dalam falsafah human relations yaitu sebagai berikut:

1. Mutual interest (kepentingan bersama)

Antara karyawan dan nasabah harus ada “mutual interest” bila hal ini tidak ada maka usaha untuk mengumpulkan orang-orang dalam satu wadah/badan dan menciptakan kerja sama tidak ada faedahnya (Abdurachman, 2001: 82).

2. Perbedaan-perbedaan pada individu

Tiap individu berbeda dengan individu lainnya dan perbedaan-perbedaan yang ada pada tiap orang merupakan hal yang penting sekali dalam kehidupan. Oleh karena itu, agar para nasabah dapat merasa puas dalam melakukan kerjasama mereka harus diperlakukan berdasarkan perbedaan-perbedaan tadi.

3. Human Dignity (Harga diri)

Davis dalam Abdurachman (2001: 84) mengemukakan, bahwa “human dignity” merupakan suatu etika dan dasar moral bagi human relations hasil penyelidikan mengenai personal want telah menunjukkan bahwa tiap manusia ingin diperlakukan dengan respect, dengan dignity (waardigheid), ingin diperlakukan sebagai human being (manusia) ini disebabkan karena manusia mempunyai harga diri.

B. Saran

1. Hendaknya costumer service bank mandiri cabang A. yani pekanbaru melakukan pendekatan kepada nasabah tidak hanya dalam situasi kerja saja.
2. Costumer service diharapkan lebih meningkatkan pelayanan dan selalu menyertakan human relations dalam melayani nasabah, demi terwujudnya

persepsi positif nasabah yang akan berdampak pada peningkatan citra perusahaan.

3. Customer service diharapkan mampu memberikan kenyamanan nyata kepada nasabah, yang dapat diwujudkan dengan tindakan human relations yang tulus.
4. Bank Mandiri hendaknya memberikan kenyamanan kepada nasabah yang sedang menunggu antrian, dengan menyediakan fasilitas tambahan di meja tunggu.
5. Keramahan insan Bank Mandiri hendaknya diwujudkan Bank Mandiri melalui design bangunan yang ramah lingkungan.

DAFTAR KEPUSTAKAAN

- Abdurachman, Oemi, *Dasar-dasar Public Relations*, Bandung: Citra Aditya Bakti, 2001.
- Bungin, Burhan, *Penelitian Kualitatif*, Jakarta: Kencana, 2008
- Barata, Atep Aditya, *Dasar-Dasar Pelayanan Prima*, Jakarta: PT. Elekmedia Kompetindo, 2003.
- Canggara, Hafied, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2004.
- Djaja, Danan, *Peranan Humas dalam Perusahaan*, Bandung, 1984.
- Devito, Josepsh, *Komunikasi antar Manusia*, Jakarta, Profesional Books, 1997.
- Effendy, Onong Ujhana, *Komunikasi Teori dan Praktek*, Bandung: Rosdakarya, 2004.
- _____, *Human Relations dan Publik Relations*, Bandung: Mandar Maju, 1993.
- _____, *Dinamika Komunikasi*, Bandung: Rosdakarya, 2004.
- Fais, Sanapiah, *Penelitian Kualitatif Dasar-Dasar dan Aplikasi*, Malang: YA3 Malang, 1990.
- Greener, Tony, *Kiat Sukses Public Relations dan Pembentukan Citra*, Jakarta: Bumi Aksara, 1995.
- Kasmir, *Manajemen Perbankan*, Jakarta: Raja Grafindo, 2000.
- Longenecker, Justin G, dkk, *Kewirausahaan Manajemen Usaha Kecil*, Jakarta: Salemba empat, 2001.
- Mulyana, Deddy, *Metode Penelitian Kualitatif*, Bandung, Remaja Rosdakarya, 2004.
- Ruslan, Rosadi, *Manajemen Publik Relations dan Media Komunikasi (konsep dan aplikasi)*, Jakarta: Grafindo Persada, 2006.
- Sugiono, *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif dan R& D*, Bandung: Alfabeta, 2007.

Suhaimi dkk, *Pedoman Penulisan Skripsi*, Pekanbaru, Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim, 2009.

Tubbs, Stewart, *Human Communications*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2001.

Tjiptono, Fandy, *Total Quality Service*, Yogyakarta: Penerbit Andi Offset, 1977.

Sumber lain:

<http://delimitdesign.com/pr/browse.php> diakses tanggal 29 Maret 2010.

www.wikipwdia.com, diakses 10 Februari 2010

<http://allaboutmech.blogspot.com/2009/04/definisi-customer-service-officer.html>,
diakses tanggal 29 maret 2010.

(<http://rahadiawansatriakusuma.wordpress.com/2009/01/31/sejarah-bank-mandiri/>) diakses tanggal 05 Januari 2009

[www.Bankmandiri .co.id](http://www.Bankmandiri.co.id) diakses tanggal 17 Mei 2010

Buku Panduan Insan Bank Mandiri

Majalah Bank Mandiri edisi 2010

DAFTAR TABEL

TABEL PRESTASI BANK MANDIRI.....31

TABEL SEPULUH PERILAKU BANK MANDIRI.....49

TABEL HASIL WAWANCARA.....56

DAFTAR PERTANYAAN

1. Mengapa *costumer service* perlu menghargai nasabah?
2. Bagaimana sikap yang diberikan *costumer service* kepada nasabah
3. Bagaimana memberi perhatian terhadap nasabah?
4. Mengapa *costumer service* perlu bekerja sama.
5. Bagaimana *costumer service* melakukan kerjasama dengan nasabah?
6. Skill apa yang harus dimiliki *costumer service* dalam memberikan pelayanan?
7. Bagaimana cara *costumer service* melakukan komunikasi yang dapat menimbulkan empathy?
8. Kenapa hal tersebut perlu dilakukan?
9. Bagaimana *costumer service* memposisikan diri sebagai nasabah?
10. Bagaimana *costumer service* memperlakukan nasabah agar merasa adil?
11. Usaha apa yang dilakukan *costumer service* dalam memberikan setiap informasi yg dibutuhkan nasabah?
12. Apa yang dilakukan *costumer service* agar nasabah menjadi puas?
13. Tanggungjawab seperti apa yang diberikan *costumer service* kepada nasabah?
14. Motivasi seperti apa yang diberikan *costumer service* kepada nasabah?
15. Mengapa perlu memberikan motivasi?

16. Bagaimana *costumer service* menanggapi setiap perbedaan yang ada?
17. Bagaimana memberikan kenyamanan kepada nasabah?
18. Bagaimana meningkatkan loyalitas pelanggan?
19. Tolok ukur kecepatan Bank Mandiri berapa lama?
20. Dalam bentuk apa *costumer service* memberikan informasi kepada nasabah?
21. Faktor apa saja yang mempengaruhi *human relations costumer service* dalam melayani nasabah?